تکاپوی ۲۰۰۰

جان نسبیت
پاتریشیا ابردین

ترجمهٔ صهبا سعیدی

تکاپوی ۲۰۰۰

جان نسبیت
و
پاتریشیا ابردین

ترجمهٔ صهبا سعیدی

تهران، ۱۳۷۰

این اثر ترجمه‌ای است از:

Megatrends 2000
Ten New Directions for the 1990's
by John Naisbitt &
Patricia Aburdene
William Morrow and Company, Inc.
New York, 1990.

چاپ اول: ۱۳۷۰

تعداد: ۳۳۰۰ نسخه

ناشر: مترجم

لیتوگرافی: صحیفه نور

فهرست

یادداشتی بر ترجمهٔ فارسی

جان نسبیت و پاتریشیا ابردین از سرشناس‌ترین آینده‌نگران جهان هستند و همه‌ساله هزاران تن از برجسته‌ترین دست‌اندرکاران عالم کسب و کار در امریکا و اروپا و آسیا آنان را طرف مشورت قرار می‌دهند.

تکاپوی ۲۰۰۰ سومین اثر آنان است و در آن به شیوه‌ای ساده و صریح و ژورنالیستی به بحث دربارهٔ آیندهٔ جهان پرداخته‌اند.

اطلاعات عمومی وسیع، قدرت استنتاج از داده‌ها، احساس تعلق عمیق به آینده و اعتماد مثبت آنان به تواناییهای بشری در این کتاب موج می‌زند.

آندو شادمانه از پیشرفتهای بشر می‌گویند و افتخار خود را از حضور در حساس‌ترین و تکان‌دهنده‌ترین قرن تحولات تمدن پنهان نمی‌دارند. با احساسی خالص و کودکانه، از گردشی که در دورنمای سال ۲۰۰۰ کرده‌اند و اشیاء گوناگون و عجیب و غریبی که در ویترین فروشگاههای هزارهٔ سوم میلادی چیده شده است سخن می‌گویند و تمام تلاش خود را به‌کار می‌گیرند تا درسهای آمادگی حضور در کلاس اول هزاره را به خوانندگانشان بیاموزند. و این رسالت را برای خود قائلند که آنچه را

می‌دانند و می‌بینند، بی‌شائبهٔ استعارات فلسفی و بی ملاحظهٔ بررسی عمیق انگیزه‌ها، در این کتاب عرضه کنند و به نسل حاضر هشدار دهند که در چه شرایط و موقعیت تاریخی قرار گرفته است!

تکاپوی ۲۰۰۰ البته این احساس را به خواننده می‌بخشد که با شتاب و برای توجیه یا پاسخگویی به برخی مسائل نگاشته شده، و بدین خاطر است که در مواردی از بی‌طرفی دور می‌افتد. نویسندگان حتی گرایش خود را به حزب جمهوریخواه ایالات متحد مخفی نکرده‌اند و از سویی با محدود کردن دامنهٔ اطلاعاتی خود به سه قطب صنعتی و تجاری و فرهنگی ـبخصوص در جامعهٔ امریکاییـ نوشتهٔ خود را از دید همه‌جانبهٔ پژوهشی و جهان‌نگر محروم داشته‌اند و همین امر موجبات تناقض‌گویی آنان را در قالب دفاعیات یک‌جانبه فراهم آورده است.

نویسندگان از بکارگیری مستقیم اصطلاح «نظم نوین جهانی» ـمقوله‌ای که صدها نظر موافق و مخالف هم‌اینک به نقد و بررسی ویژگیها و خاستگاه آن مشغولندـ طفره رفته آن را به عناوینی چون اقتصاد یکپارچه و مرتبط جهانی، سوسیالیسم بازار آزاد، همبستگی نوین سیاسی، ارتباطات جهانی تجاری، ناسیونالیسم فرهنگی... تجزیه می‌کنند.

تکاپوی ۲۰۰۰ خود را از دامی که عواقب و عوارض پیش‌بینیهای صریح برای یک آینده‌نگر فراهم می‌آورد، دور نگه نداشته است و با قاطعیت می‌گوید: «دیگر هیچ جنگ منطقه‌ای اتفاق نخواهد افتاد!»

به هرحال، برای ما که در جستجو و تلاشیم تا بدانیم، کتاب حاضر مجموعه‌ای است که در کنار دانستن، ما را به درون می‌کشد و هزاران پرسش را در ذهن ما متبلور می‌سازد. اگر نویسندگان در مورد ما «جنوبیها» (به گفتهٔ خودشان) کمتر می‌دانند یا اصلاً نمی‌دانند، امّا آگاهی و اطلاعات آنان در مورد «اهل شمال» تقریباً کامل است.

مقدمه

در آستانهٔ دوران تازه‌ای ایستاده‌ایم.

مهمترین دههٔ تاریخ تمدن بشری را در مقابل داریم، دورهٔ جلوه‌های بدیع تکنولوژی، موقعیتهای بی‌سابقهٔ اقتصادی، اصلاحات حیرت‌انگیز سیاسی و تجدید حیات همه‌جانبهٔ فرهنگی. این دهه به هیچیک از دهه‌های گذشته شباهتی ندارد، زیرا دهه‌ای است که به سال ۲۰۰۰ منتهی می‌شود؛ یعنی تجدید هزاره.

قرنهاست که [حلول سال دوهزار] با همهٔ مفاهیم کنائی و خاطره‌سازش مورد توجّه بشریت بوده است و مطمح آرزوهایش؛ و تا چند سال دیگر این آینده فراخواهد رسید. با فرارسیدن سال ۱۹۹۰ ما در حوزهٔ مغناطیسی سال دوهزار قرار گرفته‌ایم، سالی که با جاذبهٔ قدرتمندش حتی از هم‌اکنون نیز جهان بشریت را تحت تأثیر گرفته است، جاذبه‌ای جادوئی که بر قدرت انگیزه‌ها و سرعت تحولات و عمق بیداریها می‌افزاید و ما را به بازشناسی خویشتنن خویش و تجدید ارزیابی ارزشها و استعدادهایمان وامی‌دارد.

هدف این کتاب معرفی و توصیف عمده‌ترین گرایشهای دههٔ ۱۹۹۰

است. تحولات عمده‌ای که محصول نوبر هزارهٔ سوم است و مبشر بشریت در آستانهٔ ورود به قرن بیست و یکم.

گرایشهای عمدهٔ یک هزارهٔ نوین

تغییرات عمده نه بناگهان پدید می‌آیند و نه بسرعت محو می‌شوند. تغییرات و تحولات وسیع اجتماعی و اقتصادی و سیاسی و تکنولوژیکی بتدریج ظاهر می‌شوند و پس از جاافتادن هم مدتی بین هفت تا ده سال و شاید بیشتر ما را دستخوش تأثیر خود می‌کنند. دامنه و نفوذ تأثیر آنها معادل ارزش تحولی یک دهه است.

در سال ۱۹۸۲، در کتابی تحت عنوان: گرایشهای عمده تحولاتی را که در دهۀ ۱۹۸۰ در حال شکل‌گیری بودند توصیف کردیم. این تحولات عبارت بودند از تبدیل:

۱) جامعۀ صنعتی به جامعۀ اطلاعاتی
۲) تکنولوژی تحکم‌آمیز به تکنولوژی پیشرفته و امکان ابراز سلیقۀ شخصی
۳) اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی
٤) [برنامه‌های] کوتاه‌مدت به درازمدت
۵) تمرکز به تمرکززدائی
٦) اقدامات رفاهی دستوری به خودیاریها
۷) دموکراسی از طریق انتخاب نمایندگان به دموکراسی با مشارکت همگان
۸) سلسله‌مراتب اداری به نظام شبکه‌ای
۹) شمال به جنوب
۱۰) انتخاب ناگزیر این یا آن به آزادی سلیقه‌ها و تنوع انتخابها

این تحولات همچنان که انتظار می‌رفت در حال وقوع و استمرارند، امّا همهٔ اینها در حکم مشتی از خروار تغییراتی است که در آستانهٔ ورود به دههٔ ۱۹۹۰ با آن مواجهیم و نمونه‌ای از تحولات نیرومندی که در شرف وقوع است.

شاید با تنظیم فهرستی از این تحولات عمده، چنین به نظر آید که می‌خواهیم تاریخ جهان را به دو دورهٔ مشخص تقسیم نمائیم و همچو تقسیمی در بادی نظر تا حدودی ساده‌لوحانه جلوه کند، امّا منظور ما نه ساده‌انگاری حیات است و نه سطحی‌نگری جهان، بلکه قصدمان این است که با طبقه‌بندی مسائل، اصولی را مشخص کنیم که بتوان بنای دانشی عمیق را بر آن استوار کرد.

در کتاب گرایشهای عمده نوشتیم که «ما در عین حالی که در اقیانوس اطلاعات غوطه می‌خوریم لب‌تشنهٔ معلوماتیم»، آری در زمانی کمتر از ده سال فقط رشد کمّی اطلاعات سرعت گرفته است. در این کتاب ده تحول عمده و اساسی تازه مطرح شده است، تا بتوان با توجّه به این تحولات با اطلاعات مربوط به دههٔ ۱۹۹۰ آشنا شد.

گرایشهای دههٔ ۹۰ به عنوان آستانهٔ ورود به هزارهٔ سوم در همهٔ شئون مهم زندگی شما ـاعم از موقعیت اجتماعی و مسائل شغلی و مواردی از قبیل مسافرتها، داد و ستدها، سرمایه‌گذاریها، و نحوهٔ سکونت و شیوهٔ تعلیم و تربیت فرزندانتانـ اثر خواهد گذاشت، و به همین دلیل برای ورود به این دههٔ خارق‌العاده ناچارید از تغییراتی که در محیط دور و برتان در حال وقوع است باخبر باشید.

وسایل ارتباط جمعی ـاعم از فرستنده‌های عمومی و خصوصی تلویزیون، فیلمهای سینمائی و ویدئویی، مجلات و بولتنهای تازهٔ خبری، جراید و مجلات گوناگونـ که می‌کوشند شما را با گزارش تحولات روزمره آشنا کنند گرچه در هیچ زمانی بدین فراوانی و گستردگی‌نبوده، امّا سؤال‌اینست‌که‌این‌وسایل‌ارتباطی‌تاچه‌حدی شمارا با

اخبار واقعی آشناکرده و چه‌مقدار برمعلومات‌شما افزوده‌اند.
بدون وجود نظمی منطقی و استنتاجی اساسی، از اینهمه اسناد و اطلاعات انبوهی که روزانه بر سرتان فرومی‌بارد، چه طرفی برمی‌توانید بست؟

اتفاقات و حوادث همه در «ظرف» محیطی اجتماعی و سیاسی و فرهنگی و اقتصادی صورت وقوع به خود می‌گیرد نه در خلائی مطلق، و هدف ما از تألیف این کتاب آن است که شما را با «ظرف» رویدادها آشنا کنیم. هیچ الزام و اجباری نیست که با همهٔ اجزاء و عناصر نظریات ما موافق باشید و سخنمان را دربست بپذیرید، امّا می‌توانید این تقسیم‌بندی ما را به عنوان «ظرفی» و قالبی مورد توجّه قرار دهید که در آن بتوان گزارشهای روزانه را سبک و سنگین کرد و به داوری در نظرگاهها و سنجش اطلاعات تازه پرداخت. مسئلهٔ مهم این است که شما بتوانید دیدگاه جهانی خود را مشخص کنید و با تشخیص موقعیت خودتان در مسیر تحولات عمده به تنظیم برنامهٔ کار و تعیین اهداف و کیفیت روابط و حدود تعهدات اجتماعی خویش پردازید.

تحولات عمدهٔ تجدید هزاره:
دروازه‌هائی به قرن بیست و یکم

مهمترین تحولاتی که در آستانهٔ ورود به دههٔ جدید، زندگی ما را تحت تأثیر قرار خواهند داد از این‌قرار است:
۱) شکوفائی اقتصاد جهان در دههٔ ۱۹۹۰
۲) رنسانس در هنر
۳) ظهور سوسیالیسم بازار آزاد
۴) شیوهٔ جهانی زندگی، و ناسیونالیسم فرهنگی
۵) خصوصی کردن نظام رفاه عمومی

۶) ظهور کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام
۷) دههٔ رهبری زنان
۸) عصر زیست‌شناسی
۹) تجدید حیات مذهبی در هزارهٔ سوم میلادی
۱۰) پیروزی فرد

بسوی هزارهٔ [جدید]

درک تحولات عمدهٔ دههٔ ۱۹۹۰ بدون آشنائی با مفهوم کنائی و اهمیت معنوی تجدید هزاره ناممکن است و از آن مهم‌تر شناختن اثر قدرتمند این مفهوم است در تحریک مثبت‌ترین و قوی‌ترین آرزوها و انگیزه‌های ما و همچنین هولناک‌ترین کابوسها و وحشتهایمان.

دههٔ ۱۹۹۰ آبستن مکاشفات و کرامات حیرت‌انگیزی است که یکی از پس دیگری بوقوع خواهد پیوست. گوئی فاجعه همیشه در کمین بشریت نشسته است؛ ابرقدرتها بمحض اینکه زیر موافقتنامهٔ سلاحهای هسته‌ای امضاء گذاشتند، خود را با مسئله‌ای به عنوان «پدیدهٔ گلخانه‌ای» مواجه دیدند.

لغت «هزاره» (millennium)، از واژهٔ mille (به معنای هزار) لاتین ساخته شده است و به معنی یک‌هزار سال است، همانطور که «سده» مفهوم گذشت صد سال را می‌رساند، هزاره هم معنی‌اش گذشت هزارمین سال است. در سال ۱۹۸۷ اتحاد جماهیر شوروی هزارمین سال ورود مسیحیت به روسیه (در سال ۹۸۷ میلادی) را جشن گرفت. هزاره‌ای که در انجیل از آن یاد شده است اشاره دارد به دورهٔ هزارسالهٔ پس از رجعت ـ یا ظهور مجدد ـ مسیح در پی نبردی معجزآسا که حکومت خداوندی در بسیط زمین مستقر می‌شود.

در مفهومی غیردینی، اصطلاح تجدید هزاره به معنای فرارسیدن عصری طلایی در تاریخ بشریت بوده است و زمانی که باید گذشته‌ها را

فراموش کرد و به دورهٔ جدیدی قدم گذاشت.

و ما در حالی به این تاریخ غیرعادی [تجدید هزاره] نزدیک می‌شویم که اسطوره‌ها و افسانه‌های مربوط به تجدید هزاره، خواه و ناخواه، دانسته و ندانسته ذهنمان را به خود مشغول کرده است. برخی از بنیادگرایان مسیحی به پیروانشان هشدار داده‌اند که خود را برای رجعت و ظهور مجدد عیسی مسیح، آن هم به مفهوم دقیق کلمه مهیا سازند. در قطب دیگری از همین طیف مذهبی، گروههای متنوع و بسیاری از معتقدان به مسائل ماوراءالطبیعه و علوم غریبه، که در زمرهٔ پیشوایان مردم‌پسند امروزی‌اند، پیشگویی می‌کنند که درحدود سال ۲۰۰۰ زمین دستخوش تحولی فاجعه‌بار خواهد شد. و خبرهائی که با عناوین درشت دربارهٔ گرم شدن زمین و سوراخ شدن لایهٔ ازون منتشر می‌شود بسیاری را معتقد کرده است که دیگر چیزی به آخرالزمان نمانده است.

امّا تعبیر و تفسیر واژهٔ تجدید هزاره منحصر به اینان نیست و با نزدیک شدن این تاریخ موعود با تعبیرهای تازه‌ای نیز مواجه خواهیم شد. سال ۲۰۰۰ صرفاً و منحصراً به معنی تجدید قرنی دیگر نیست، مفهومی مذهبی است که با گرایش عمده‌ای در نهضتهای مذهبی مرتبط شده است.

یک جهان‌بینی نوین

دههٔ ۱۹۹۰ منظرهٔ تازه‌ای از جهان ارائه می‌دهد. جنگ سرد در آخرین سالهای دههٔ ۱۹۸۰ خاتمه یافت و مسابقهٔ تسلیحاتی کندی گرفته و شاید هم متوقف شده است. دورهٔ ناسیونالیسم پس از جنگ و جنگ سرد ایدئولوژیکی هم بسر آمده و عصر جدید جهانی شدن آغاز گشته است. شکوفائی هنر در سراسر جهان مشهود است، و تمایلی جهانی برای حفظ محیط زیست پدید آمده است. کشورهای کمونیست به آزمایش دموکراسی و شیوهٔ عرضه و تقاضا روی آورده‌اند. در بین ملتها، تمایل به

همکاریهای اقتصادی بر هوس ماجراجوئیهای پرخرج و نیروبر نظامی غالب آمده است. آسیا، درحالی که بسیاری از ساکنانش از سطح زندگیی هم‌سطح با اروپائیان بهره‌مندند کتاب قوانین توسعهٔ اقتصادی را بازنویسی کرده است. جنبش قدرتمندی بسوی افزایش تجارت آزاد پا گرفته است. در فقیرترین و فلک‌زده‌ترین ممالک افریقایی روند خصوصی کردن و الگوهای خوداتکایی در حال افزایش است. کرامت انسانی قبول و حرمت بیشتری یافته است.

جهان ما روزبروز بهم پیوسته‌تر می‌شود. این کتاب بیش از کتاب گرایشهای عمده به توصیف تحولاتی می‌پردازد که امریکای شمالی و حاشیهٔ اقیانوس آرام و اروپا را تحت تأثیر خود می‌گیرد، امری که انجامش به برکت تکنولوژیهای مشترک اطلاعاتی و خدماتی و الکترونیکی که این مناطق را یکپارچه کرده است، امروزه آسان می‌نماید.

نوع مشاغل موجود در اجتماع، یعنی کاری که اعضاء جامعه برای گذران زندگی خود انجام می‌دهند، بر همهٔ شئون زندگی فرهنگی و سیاسی آن جامعه اثر می‌گذارد و به همین دلیل در یک اقتصاد جهانی، مردم ممالک توسعه‌یافته به همسایگانشان شباهت دارند. ما برای توصیف هرچه بهتر تحولات عمده گرچه کوشیده‌ایم مثالهایی از اکناف جهان بدست دهیم با اینهمه ایالات متحد امریکا کشوری است که ما بهترین و بیشترین شناخت را از آن داریم و خواننده در جریان خواندن این کتاب، بوضوح متوجّه این مسئله خواهد شد.

غالباً از ما می‌پرسند که چرا کتابهایمان تا این حد خوشبینانه و مثبت می‌نماید و چرا به شرح بیشتر مسائل و مشکلاتی نمی‌پردازیم که در برابر بشریت قد علم کرده است.

بسیار است عناوینی در مورد جرائم، مواد مخدر، جنگل پرباران برزیلی، «ایدز» سلاحهای شیمیائی، فساد و کسر بودجه‌های متزاید که هر روز چشممان را می‌آزارد و ما را در برابر این سؤال قرار می‌دهد که با

وجود این همه بدیها و شرار امید خیر و برکتی هم می‌رود؟ و اگر آنچه دربارهٔ وفور پلیدی و جهل و بدیها می‌خوانیم درست است چگونه می‌توان به امید تحولات مثبت دل خوش کرد؟

ما، هم برای افرادی که با گزارش اخبار منفی وظیفهٔ خود را ادا می‌کنند حرمت قائلیم و هم برای کسانی که خود را مسئول همیشگی اصلاح خطاها و ناراستیهای موجود در جهان می‌پندارند. ولی وظیفه و هدف ما چیز دیگری است. ما به دلیل آنکه مسائل و مشکلات جهان تا این حد مایهٔ جلب‌توجّه همگان شده است، غالباً به ذکر اطلاعات و تشریح شرایطی می‌پردازیم که موقعیتهای تازه را در مسیر تحولات جهانی توصیف می‌کند.

از نظرگاه اهل عمل، کسی که می‌کوشد به توصیف و تشریح تحولات جهان در طول یک دهۀ کامل بپردازد، کل‌گرائی سخت‌جان (و شاید هم اندکی دیوانه) است. لازمهٔ همچو کاری الک کردن انبوهی از اطلاعات است، کار شاقی که اگر با سلیقه و نظرگاهی خاص همراه می‌بود قطعاً آسان‌تر می‌نمود. امّا منظور ما و به عبارتی دیگر ویترینی که در بازار گستردهٔ اطلاعات پیش چشم صاحب‌نظران آراسته‌ایم مشتمل است بر نمایاندن جنبه‌های مثبت بی‌آنکه موارد ضعف و مشکلاتی که دستیابی به نتایج مثبت را دشوار کرده است نادیده گرفته شوند.

تجدید هزاره به عنوان کنایت و اشارتی به آینده

همچنان که به سال ۲۰۰۰ نزدیک می‌شویم، بار دیگر مفهوم تجدید هزاره به عنوان استعاره‌ای برای آینده رخ می‌نماید. در «هزاره» موعود انجیل، استقرار حکومت آسمانی در عرصهٔ زمین، تنها پس از نبرد نهایی بین مسیح و «دجال»، یعنی نزاع دو قطب کاملا متضاد، میسر خواهد شد.

در جهان امروز هم، مثل عهد عتیق، واژهٔ تجدید هزاره همزمان با

وحشت از پایان عالم، امید تحقق جهانی بهتر را در دل ما زنده می‌کند، بیم و امیدی که همیشه با هم بوده است.

شاید به همین علت است که کنترل تسلیحات نمی‌تواند وحشت ما را از سلاحهای هسته‌ای مرتفع کند و یا آمار روبه‌کاهش بیکاران و ایجاد مشاغل تازه و رونق بی‌سابقهٔ تجارت نمی‌تواند از نگرانی و وحشتمان دربارهٔ رکود اقتصادی دههٔ ۱۹۹۰ بکاهد.

در جوار ترسها و نگرانیها از تسلیحات هسته‌ای، امید فزاینده‌ای وجود دارد و آن اینکه اگر «بتوانیم تا سال ۲۰۰۰ دوام بیاوریم»، ثابت کرده‌ایم که می‌توانیم مسائلمان را حل کنیم و با سازگاری در روی این کرهٔ خاکی زندگی کنیم.

آیندهٔ هزاره‌ای

وقتی به قرن بیست و یکم می‌اندیشیم فکرمان متوجّه سفرهای فضائی، بیوتکنولوژی، رباتها [آدمهای مصنوعی]، و بطور کلی تکنولوژی می‌شود. ولی چهرهٔ آینده بمراتب پیچیده‌تر از آن مقولهٔ تکنولوژیی است که ما در نظر مجسم کرده‌ایم.

مهیج‌ترین چرخشها و تحولات قرن بیست و یکم محصول تکنولوژی نخواهد بود بلکه محصول توسعه‌ای است که در مفهوم انسانیت حاصل خواهد شد.

ما اکنون در حال خروج از مفهوم قرن بیستمی «عصر جاهلیت» هستیم؛ عصر پیچیدگیهای صنعتگرائی، قدرتهای سرکوبگر و دخالت تکنولوژی در زندگی انسانها. درحالی که بخش اعظم قرن بیستم را پشت سر گذاشته‌ایم و رو به تجدید هزاره داریم وارد دوران تازه‌ای از تجدید حیات هنری و معنوی می‌شویم. جاذبهٔ سال ۲۰۰۰ ما را بطرف مقولات تازه‌ای در سوسیالیسم بازار آزاد و تجدید حیات معنوی و رشد اقتصادی حوزهٔ اقیانوس آرام می‌کشاند.

هرچه آفاق فعالیتهایمان گسترده‌تر و تکنولوژیمان قوی‌تر گردد، ارزش انسانیت و کرامت فردی هم بالاتر خواهد رفت. با نشر کتاب ۱۹۸٤ تألیف جرج اورول، دهه‌های بسیاری سال ۱۹۸۴ را سال تحقیر انسانیت می‌پنداشتند. امّا سال ۱۹۸۴ آمد و رفت، درحالی که کرامت انسانی، بخصوص در کشورهای بلوک کمونیست روزبروز افزایش بیشتری یافت.

ملاحظه بفرمایید که چه انجمنها و گروههائی برای تحقق چه اهدافی چشم به سال ۲۰۰۰ دوخته‌اند: پایان دادن به گرسنگی انسانها، محو مواد مخدر از جوامع بشری، کشف درمان قطعی سرطان. سال ۲۰۰۰ در حکم ضرب‌الاجلی است که شتاب ما را برای رسیدن به اهدافی از این‌قبیل و رفع موانع و مشکلاتی که بناخواسته بر ما تحمیل شده است بیشتر می‌کند و ما را به شور و شوق می‌آورد تا با پرچم پیروزی قدم به هزارهٔ سوم بگذاریم. دههٔ ۱۹۹۰ ما را مجبور خواهد کرد دربارهٔ بلاهائی که کرهٔ خاکیمان را تهدید می‌کند از انفجار اتمی گرفته تا سلاحهای شیمیائی و آلودگیهای محیط زیست، تصمیم‌گیری کنیم.

احتمالاً نجات بشریت نه به شیوه‌ای معجزه‌آسا با رجعت موعود مسیح ـ به‌نحوی که متعصبان مدعی‌اندـ تحقق خواهد یافت و نه به کمک سرنشینان بشقابهای پرندهٔ کرات دیگر ـ به‌نحوی که عصر جدیدیها می‌پندارندـ گرچه منکر سهم عوالم معنوی در نجات بشریت نمی‌توان شد، امّا تحقق آن به کوشش و همت خود ما بستگی دارد.

رجعت به دورهٔ جاهلیت یا ورود به دوران طلائی؟ انتخاب با خود ماست. درحالی که بسوی هزارهٔ سوم روانیم، نحوهٔ برخوردمان با این سؤال مبین مفهوم انسانیت ماست.

۱

شکوفایی اقتصاد جهان در دهۀ ۱۹۹۰

در دهۀ ۱۹۹۰ جهان وارد یک دورۀ رونق اقتصادی خواهد شد. و نه تنها یک عامل، بلکه مجموعه‌ای از عوامل بوجودآورندۀ این رونق اقتصادی خواهند بود. ما در دورانی زندگی می‌کنیم که سرعت تغییر و تحول در آن بی‌سابقه است، و مهمترین این تحولات، شتاب ما در رسیدن به یک اقتصادِ واحد جهانی است. حتی از هم‌اکنون می‌توان ادعا کرد که دیگر چیزیَ به اسم «اقتصاد امریکایی» وجود ندارد، چرا که این اقتصاد چنان با اقتصاد دیگر کشورهای جهان درهم آمیخته است که تفکیک آن مشکل می‌نماید. چندی نخواهد گذشت که برای مفاهیمی از قبیل اقتصاد اروپایی یا ژاپنی یا بلوک شرق و یا حتی اقتصاد جهان سوم هم مصداقی نتوانیم پیدا کنیم.

شرکتهای امریکایی در ژاپن سالانه معادل ۸۱ میلیارد دلار کالا و خدمات عرضه می‌کنند. آیا این بخشی از اقتصاد ژاپن است یا امریکا؟ آیا سهم فلان شرکت کره‌ای که توسط یک ترک‌تبارِ مقیم لندن خریداری می‌شود، بخشی از اقتصاد کره است، یا انگلیس یا ترکیه؟ واقعیت این است که همۀ اینها بخشی از اقتصاد واحدی هستند به نام «اقتصاد نوین

جهانی». اقتصادی که با نزدیک شدن به سال ۲۰۰۰ در مسیر شکوفائی و رونق خود گام برمی‌دارد.

برای اینکه بتوانید تجسمی از دورنمای انفجار اقتصادی آیندهٔ جهان داشته باشید، تصور کنید پنجاه ایالت امریکا که فرضاً به خودکفائی اقتصادی رسیده‌اند و معاملات اندکی بین آنها جریان دارد، ناگهان مرزهای اقتصادی را بردارند و به اقتصاد واحدی روی آورند.

هم‌اکنون قدرت پیشتاز اقتصاد جهانی مرزهای ملی را پشت سر می‌نهد و بر اثر توسعهٔ دموکراسی و آزادی تجارت، موجبات رقابتهای تجاری و رونق کار و کاسبی را در سطحی وسیع‌تر فراهم می‌آورد.

این فصل از کتاب ما مشتمل بر سه بخش است: در اولین بخش به توصیف قدرتهایی می‌پردازیم که مشوق و مروج اقتصاد جهانی قریب‌الوقوعند و در این میان سهم مهم ایالات متحد را بررسی خواهیم کرد. بخش دوم با عنوان «اقتصاد دستمزد بالا» به نقش مؤثر و اهمیت اقتصاد اطلاعاتی اختصاص دارد و در این بخش ایالات متحد را به عنوان یک نمونه بررسی می‌کنیم. در بخش آخر با عنوان «۱۹۹۲» دربارهٔ پیوند تاریخی دوازده کشور عضو جامعهٔ اروپا و تأثیر آن بر دیگر نقاط جهان به بحث خواهیم پرداخت.

رونق جهانی

منفی‌بافها

منفی‌بافهای زمانهٔ ما خوششان نمی‌آید بشنوند که دوران خوش اقتصادی در راه است. آنان اطمینان قطعی دارند که امریکا و تمامی جهان در حال فرورفتن به گرداب فنایند. چاپ و نشر کتابهای آخرالزمانی هم که نمونهٔ ممتازشان محدودیتهای رشد (۱۹۷۲) بود، خود به صورت صنعت رو به توسعه‌ای درآمده است. پل اِرلیش هم که یک جمعیت‌شناس است

هر دو سال یکبار آفتابی می‌شود تا فرارسیدن دوران آخرالزمان را هشدار بدهد؛ و ظاهراً این واقعیت هم که پیش‌گوییهای قبلیش اکنون در حکم اوهامی جنون‌آمیز تلقی می‌شود، نتوانسته مانع انذارها و اخطارهایش گردد. «گزارش سال ۲۰۰۰» پرزیدنت جیمی کارتر حتی قبل از خشک شدن مرکبش، غلط از آب درآمد. در طول هفت سال رشد بی‌وقفۀ اقتصادی در ایالات متحد هر ماه پیشگوئیهایی مبنی بر سقوط و رکود اقتصادی صورت می‌گرفت و هر بار هشدار می‌دادند که بحران قریب‌الوقوع انرژی در راه است. بسیاری از اقتصاددانان ده سالی است که به انتظار رکود شدید اقتصادی جهان نشسته‌اند.

این افراد منفی‌باف، علیرغم عدم تحقق پیش‌گوییهایشان، هنوز هم از طرف رسانه‌های گروهی و وسایل ارتباط جمعی مورد توجه و حمایتند. آخر هرچه باشد خبر بد یا پیش‌بینی دهشت‌انگیز هواداران بیشتری دارد. اصولاً خبرهای خوب را می‌شود نادیده گرفت ولی اخبار شوم را می‌توان بزرگ و بزرگتر کرد. به عنوان نمونه ببینیم سه شبکۀ تلویزیونی دولتی امریکا چه برخوردی با سالهای شکوفائی و رونق اقتصادی بی‌سابقه‌ای که از اواخر سال ۱۹۸۲ آغاز شده است داشته‌اند. تد اسمیت، از دانشگاه مشترک‌المنافع ویرجینیا، تحقیقاتی را به سفارش مؤسسۀ ارتباط واشینگتن‌دی‌سی سرپرستی کرد، و آن را چنین نامید: «اقتصاد رو به نابودی، پوششهای تلویزیونی دستاوردهای اقتصادی سالهای ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۷». پروفسور اسمیت پس از مطالعه و تحقیق در گزارشهای پخش‌شده از سه فرستندۀ «اِبی‌سی» و «ان‌بی‌سی» و «سی‌بی‌اس» امریکا بدین نتیجه رسید که «هرچه اقتصاد بیشتر رونق گرفته است، سهم گزارشهای اقتصادی در مجموعۀ اخبار کمتر شده است» و «به موازات رونق اقتصادی، لحن گزارشها منفی‌تر شده است.» علاوه بر آن او با تأمل در اخبار یک‌ساله متوجه شد که «نسبت اخبار منفی اقتصادی به اخبار مثبت در همین زمینه بیش از ۴/۹ به ۱ است، و به موازات رشد و رونق اقتصادی، این نسبت ۴/۹ به ۱ که مربوط به دورۀ مالی ۸۴–۱۹۸۲

است، در سال ۸۷–۱۹۸۶ به نسبت ۷ به ۱ تبدیل شده است.»

در دهۀ ۱۹۸۰، هرچه اقتصاد بیشتر رو به رونق و شکوفائی رفت، خبرهای مربوط بدان منفی‌تر شد. البته شکی نیست که در میان انبوه اخبار و حوادث مطبوع، گاهی هم واقعات ناخوشایندی رخ می‌دهد، ولی رسانه‌های گروهی همین مختصر اخبار ناخوشانید را بزرگ می‌کنند و منفی‌بافها هم که مترصد فرصت نشسته‌اند با تعبیرها و تفسیرهای خود بر هیجان قضایا می‌افزایند. ما نمی‌توانیم اجازه دهیم اوهام منفی‌بافان فلجمان کند و از پیشرفت بازمان دارد. دهۀ ۱۹۹۰ همچنان در مسیر رونق و شکوفایی اقتصادی پیش خواهد رفت.

ملاحظات اقتصادی،
مهم‌تر و اولی‌تر از ملاحظات سیاسی

اگر اقتصاد نوین جهانی را صرفاً توسعۀ تجارت روزافزون بین ۱۶۰ کشور جهان بپنداریم از درک مفهوم درست آن عاجز مانده‌ایم. بهتر است آن را بدینگونه تعریف کنیم: اقتصاد جهانی عبارت است از حرکت جهان، از تجارت بین کشورها به سوی اقتصادی واحد. یک اقتصاد، یک بازار.

یک اقتصاد، یک بازار. این مرحلۀ طبیعی بعدی در روند تاریخ اقتصاد جهان متمدن است: در آغاز روستاها اقتصادی خودکفا داشتند؛ بعد شهرهای از نظر اقتصادی خودکفا، پا گرفتند که بندرت با یکدیگر داد و ستدی داشتند؛ سپس نوبت به کشورهای خودکفا رسید که عمدتاً اجناس و کالاهای مورد نیاز مردم هر کشور در داخل مرزهایش تهیه می‌شد، بی‌آنکه نیازی به ممالک دیگر داشته باشد. اکنون با تقسیم وظایف اقتصادی میان کشورها، بسوی اقتصاد بهم‌پیوستۀ جهانی گام برمی‌داریم.

در اقتصاد جهانی، ملاحظات اقتصادی غالباً از ملاحظات سیاسی

مهم‌تر و بالاتر است. قرنها، رؤسای کشورها مهمترین افراد جامعۀ خود بودند، چرا که روابط بین دول در درجۀ اول روابط سیاسی بود؛ اما اکنون با گسترش روابط اقتصادی قهرمانان اقتصاد هر کشور بمراتب مهم‌تر و سرشناس‌تر از شخصیتهای سیاسی آن مملکت هستند. مثلاً سوئد را در نظر بگیریم. آیا یان کارلزون، رئیس اس‌آاس و پر گیلن‌هامر رئیس کمپانی ولوو معروف‌ترند، یا شخصیتهای سیاسی طراز اولی که حتی اسمشان را هم در خارج از سوئد کسی نشنیده است؟

در اقتصاد جهانی، از اهمیت رؤسای جمهور و نخست‌وزیران و مجالس قانونگذاری روزبروز کاسته می‌شود. مهمترین وظیفۀ بین‌المللی این افراد ـ یعنی رؤسای کشورها ـ شکل‌بخشی دوبارۀ ساختارهای سیاسی است برای تسهیل روند جهانی کردن اقتصاد.

تجارت آزاد در بین تمام کشورها

برای عملی شدن اقتصاد جهانی ـ یا جهان بازاری ـ باید بالاخره به تجارت کاملاً آزاد بین‌المللی دست یابیم، همچنانکه در داخل کشورها تجارت آزاد را عملی کرده‌ایم. همانطور که امروزه کسی از عدم موازنۀ تجاری بین فرانکفورت و دوسلدورف، یا بین توکیو و اوزاکا شکایتی ندارد، سرانجام دورانی خواهد رسید که کسی به عدم موازنۀ تجاری بین امریکا و ژاپن نیز توجهی نخواهد داشت.

و از هم‌اکنون این دوران آغاز شده است:

* پیمان سال ۱۹۸۸ امریکا و کانادا برای از بین بردن موانع تجاری بین دو کشور قدم عمده‌ای در این راه بود، و دیری نخواهد گذشت که پیمانهای مشابهی با مکزیک نیز امضا خواهد شد و امریکای شمالی را تبدیل به یک منطقۀ عظیم تجارت آزاد خواهد کرد.

* سال موعود ۱۹۹۲، تمامی موانع تجاری بین دوازده کشور جامعهٔ اقتصادی اروپا را فروخواهد ریخت.
* موافقتنامهٔ تجارت آزاد استرالیا و زلاندنو از دسامبر سال ۱۹۸۸ به اجرا گذاشته شده است.
* برزیل و آرژانتین سرگرم تنظیم یک موافقتنامهٔ تجارت آزاد هستند، و این خود می‌تواند آغازگر یک بازار مشترک امریکای جنوبی باشد.
* از پائیز سال ۱۹۸۸ ناگهان بحثهای زیادی بر سر تنظیم یک قرارداد تجاری آزاد بین امریکا و ژاپن درگرفت، چیزی که چند ماه قبل از آن حتی تصورش هم نمی‌رفت.

برخی، این اقدامات را دلیل نوعی گرایش عمومی به تنظیم موافقتنامه‌های منطقه‌ای تلقی می‌کنند که هدفشان بستن دروازه‌های داد و ستد با خارج از منطقه است؛ و این تلقی غلطی است. اینان از این نکته غافلند که امضای همین موافقتنامه‌ها قدمهایی است به سوی تحقق تجارت آزاد جهانی.

با ورود به قرن آینده، شاهد پیوند امریکای شمالی و اروپا و ژاپن برای ایجاد یک مثلث طلایی تجارت آزاد خواهیم بود.

بر اثر گسترش تمایل عمومی بسوی یک تجارت آزاد جهانی است که در اینجا و آنجا شاهد عکس‌العملهای بمراتب ضعیف‌تری هستیم برای حمایت اقتصاد داخلی.

اقتصاد و ارتباطات راه دور

حرکت بسوی تجارت آزاد جهانی را اتحاد و همدستی «وسایل ارتباطی راه دور» با «اقتصاد» میسر می‌سازد، بدین ترتیب که شما می‌توانید با شریک تجاری خودتان در دفترش در توکیو از قلهٔ کوهی

در کلرادو تماس بگیرید، درست مثل آنکه روبروی هم سر یک میز نشسته‌اید و به همان راحتی با طرفتان مذاکره و مبادلۀ اسناد می‌کنید. در ۱۴ دسامبر سال ۱۹۸۸ اولین کابل «الیاف نوری» تلفنهای دوسوی اقیانوس اطلس را بهم پیوست. این کابل جدید می‌تواند همزمان چهل‌هزار تماس تلفنی برقرار کند و ظرفیت سه کابل مسی موجود و ماهواره‌هائی را که رویهمرفته می‌توانند بیست‌هزار تماس در آنِ واحد برقرار کنند، به سه‌برابر افزایش دهد.

در آوریل سال ۱۹۸۹، یک کابل الیاف نوری بر فراز اقیانوس آرام وارد مدار شد و ایالات متحد و ژاپن را بهم متصل کرد. امریکای شمالی و اروپا و آسیا و استرالیا هم با این کابلها بهم مرتبط شده‌اند؛ و تا سال ۱۹۹۲ طول این کابلها به بیش از شانزده میلیون میل خواهد رسید. تکنیک و فن، جهش خارق‌العاده‌ای کرده است. یک کابل الیاف نوری می‌تواند در آن واحد بیش از هشت‌هزار مکالمۀ تلفنی منتقل کند، و حال آنکه ظرفیت یک کابل مسی فقط چهل و هشت مکالمه است.

مکالمۀ تلفنی با استفاده از کابلهای الیاف نوری، هم سریع‌تر و هم واضح‌تر از سیمهای مسی است، و تعجبی هم ندارد که تقاضا برای اینگونه کابلها افزایش سرسام‌آوری پیدا کرده است. میزان مکالمات خارجی امریکا از ۵۸۰ میلیون دقیقه در سال ۱۹۷۷ به ۴/۷ میلیارد دقیقه در سال ۱۹۸۷ رسیده است، یعنی در عرض یک دهه هشت‌برابر شده است؛ و قرار است در سال ۱۹۹۱ یک کابل دیگر که توانایی هشتادهزار مکالمه در آن واحد را دارد، در همین اقیانوس اطلس بکار افتد.

مخابرات راه دور ـ و کامپیوترها ـ به تحول‌آفرینیهای خود ادامه خواهند داد، همچنان که در طول عصر صنعت تولید انبوه کارخانه‌ها به چنین معجزه‌ای دست یافت.

ما هم‌اکنون مشغول پی‌ریزی یک سیستم اساسی خبررسانی بین‌المللی هستیم و در کار مخابرات داریم به سمت یک شبکۀ بسیط اطلاعاتی جهانی پیش می‌رویم، همچنان که از نظر اقتصادی بسوی یک

بازار جهانی در حال پیش‌رفتنیم. ما داریم در جهتی حرکت می‌کنیم که بتوانیم هر چیزی را به هر کسی در هر جائی و به هر صورتی ـاعم از صدا، آمار، متن یا تصویرـ با سرعت نور منتقل کنیم.

محدودیتی برای رشد وجود ندارد

رونق اقتصاد جهانی در سال ۱۹۹۰ از حدود و موانعی که سابقاً در راهش وجود داشته است آزاد خواهد بود. درواقع دیگر حد و مرزی برای رشد وجود ندارد. در سراسر سالهای ۹۰، با وفور منابع طبیعی ـاز محصولات کشاورزی و مواد خام گرفته تا نفتـ روبرو خواهیم بود. همهٔ مواد و محصولاتی که از زمین حاصل می‌شود در واپسین سالهای قرن حاضر ـو شاید هم سالها بعد از آنـ بیش از حدِ مصرف خواهد بود.

از اواسط دهۀ ۱۹۸۰ مواد غذایی موجود بیش از احتیاج جمعیت جهان بوده است، و اگر هنوز هم گرسنگی در نقاطی از جهان وجود دارد مربوط به مسائل سیاسی و مشکلات توزیع است. وانگهی اکنون رشد جمعیت در هر جای جهان ـبجز افریقاـ تحت کنترل درآمده و در بسیاری موارد به صورت تأسف‌انگیزی پایین افتاده است. علاوه بر آن، ما در آستانهٔ یک دورهٔ دیگر از «انقلاب سبز» هستیم و آن هم از فیض پیشرفت تکنولوژی زیستی (بیوتکنولوژی) است.

در آینده احتیاجِ ما به مواد خام بمراتب کمتر خواهد شد، زیرا اکنون دهها سال است که داریم از تولیدات پرهزینه فاصله می‌گیریم، مثلاً پلاستیک را به صورت گسترده‌ای جانشین فولاد می‌کنیم و از طرفی دیگر، عمل «فشرده کردن» عامل دیگری در جهت کاهش تقاضا برای مواد خام است. در سالیان اخیر، قیمت مواد خام به نسبت قیمت محصولات ساخته‌شده و خدمات تولیدی با کاهشی روبرو شده که در تاریخ بی‌سابقه است و کلاً به تنزل خود ادامه خواهد داد.

در کلرادو تماس بگیرید، درست مثل آنکه روبروی هم سر یک میز نشسته‌اید و به همان راحتی با طرفتان مذاکره و مبادلۀ اسناد می‌کنید. در ۱۴ دسامبر سال ۱۹۸۸ اولین کابل «الیاف نوری» تلفنهای دوسوی اقیانوس اطلس را بهم پیوست. این کابل جدید می‌تواند همزمان چهل‌هزار تماس تلفنی برقرار کند و ظرفیت سه کابل مسی موجود و ماهواره‌هائی را که رویهمرفته می‌توانند بیست‌هزار تماس در آنِ واحد برقرار کنند، به سه‌برابر افزایش دهد.

در آوریل سال ۱۹۸۹، یک کابل الیاف نوری بر فراز اقیانوس آرام وارد مدار شد و ایالات متحد و ژاپن را بهم متصل کرد. امریکای شمالی و اروپا و آسیا و استرالیا هم با این کابلها بهم مرتبط شده‌اند؛ و تا سال ۱۹۹۲ طول این کابلها به بیش از شانزده میلیون میل خواهد رسید. تکنیک و فن، جهش خارق‌العاده‌ای کرده است. یک کابل الیاف نوری می‌تواند در آن واحد بیش از هشت‌هزار مکالمۀ تلفنی منتقل کند، و حال آنکه ظرفیت یک کابل مسی فقط چهل و هشت مکالمه است.

مکالمۀ تلفنی با استفاده از کابلهای الیاف نوری، هم سریع‌تر و هم واضح‌تر از سیمهای مسی است، و تعجبی هم ندارد که تقاضا برای اینگونه کابلها افزایش سرسام‌آوری پیدا کرده است. میزان مکالمات خارجی امریکا از ۵۸۰ میلیون دقیقه در سال ۱۹۷۷ به ۴/۷ میلیارد دقیقه در سال ۱۹۸۷ رسیده است، یعنی در عرض یک دهه هشت‌برابر شده است؛ و قرار است در سال ۱۹۹۱ یک کابل دیگر که توانایی هشتادهزار مکالمه در آن واحد را دارد، در همین اقیانوس اطلس بکار افتد.

مخابرات راه دور ـو کامپیوترهاـ به تحول‌آفرینیهای خود ادامه خواهند داد، همچنان که در طول عصر صنعت تولید انبوه کارخانه‌ها به چنین معجزه‌ای دست یافت.

ما هم‌اکنون مشغول پی‌ریزی یک سیستم اساسی خبررسانی بین‌المللی هستیم و در کار مخابرات داریم به سمت یک شبکۀ بسیط اطلاعاتی جهانی پیش می‌رویم، همچنان که از نظر اقتصادی بسوی یک

بازار جهانی در حال پیش‌رفتنیم. ما داریم در جهتی حرکت می‌کنیم که بتوانیم هر چیزی را به هر کسی در هر جائی و به هر صورتی ـاعم از صدا، آمار، متن یا تصویرـ با سرعت نور منتقل کنیم.

محدودیتی برای رشد وجود ندارد

رونق اقتصاد جهانی در سال ۱۹۹۰ از حدود و موانعی که سابقاً در راهش وجود داشته است آزاد خواهد بود. درواقع دیگر حد و مرزی برای رشد وجود ندارد. در سراسر سالهای ۹۰، با وفور منابع طبیعی ـاز محصولات کشاورزی و مواد خام گرفته تا نفتـ روبرو خواهیم بود. همهٔ مواد و محصولاتی که از زمین حاصل می‌شود در واپسین سالهای قرن حاضر ـو شاید هم سالها بعد از آنـ بیش از حدِ مصرف خواهد بود.

از اواسط دهۀ ۱۹۸۰ مواد غذایی موجود بیش از احتیاج جمعیت جهان بوده است، و اگر هنوز هم گرسنگی در نقاطی از جهان وجود دارد مربوط به مسائل سیاسی و مشکلات توزیع است. وانگهی اکنون رشد جمعیت در هر جای جهان ـبجز افریقاـ تحت کنترل درآمده و در بسیاری موارد به صورت تأسف‌انگیزی پایین افتاده است. علاوه بر آن، ما در آستانۀ یک دورۀ دیگر از «انقلاب سبز» هستیم و آن هم از فیض پیشرفت تکنولوژی زیستی (بیوتکنولوژی) است.

در آینده احتیاجِ ما به مواد خام بمراتب کمتر خواهد شد، زیرا اکنون دهها سال است که داریم از تولیدات پرهزینه فاصله می‌گیریم، مثلاً پلاستیک را به صورت گسترده‌ای جانشین فولاد می‌کنیم و از طرفی دیگر، عمل «فشرده کردن» عامل دیگری در جهت کاهش تقاضا برای مواد خام است. در سالیان اخیر، قیمت مواد خام به نسبت قیمت محصولات ساخته‌شده و خدمات تولیدی با کاهشی روبرو شده که در تاریخ بی‌سابقه است و کلاً به تنزل خود ادامه خواهد داد.

در کلرادو تماس بگیرید، درست مثل آنکه روبروی هم سر یک میز نشسته‌اید و به همان راحتی با طرفتان مذاکره و مبادلهٔ اسناد می‌کنید. در ۱۴ دسامبر سال ۱۹۸۸ اولین کابل «الیاف نوری» تلفنهای دوسوی اقیانوس اطلس را بهم پیوست. این کابل جدید می‌تواند همزمان چهل‌هزار تماس تلفنی برقرار کند و ظرفیت سه کابل مسی موجود و ماهواره‌هائی را که رویهمرفته می‌توانند بیست‌هزار تماس در آنِ واحد برقرار کنند، به سه‌برابر افزایش دهد.

در آوریل سال ۱۹۸۹، یک کابل الیاف نوری بر فراز اقیانوس آرام وارد مدار شد و ایالات متحد و ژاپن را بهم متصل کرد. امریکای شمالی و اروپا و آسیا و استرالیا هم با این کابلها بهم مرتبط شده‌اند؛ و تا سال ۱۹۹۲ طول این کابلها به بیش از شانزده میلیون میل خواهد رسید. تکنیک و فن، جهش خارق‌العاده‌ای کرده است. یک کابل الیاف نوری می‌تواند در آن واحد بیش از هشت‌هزار مکالمهٔ تلفنی منتقل کند، و حال آنکه ظرفیت یک کابل مسی فقط چهل و هشت مکالمه است.

مکالمهٔ تلفنی با استفاده از کابلهای الیاف نوری، هم سریع‌تر و هم واضح‌تر از سیمهای مسی است، و تعجبی هم ندارد که تقاضا برای اینگونه کابلها افزایش سرسام‌آوری پیدا کرده است. میزان مکالمات خارجی امریکا از ۵۸۰ میلیون دقیقه در سال ۱۹۷۷ به ۴/۷ میلیارد دقیقه در سال ۱۹۸۷ رسیده است، یعنی در عرض یک دهه هشت‌برابر شده است؛ و قرار است در سال ۱۹۹۱ یک کابل دیگر که توانایی هشتادهزار مکالمه در آن واحد را دارد، در همین اقیانوس اطلس بکار افتد.

مخابرات راه دور ـو کامپیوترهاـ به تحول‌آفرینیهای خود ادامه خواهند داد، همچنان که در طول عصر صنعت تولید انبوه کارخانه‌ها به چنین معجزه‌ای دست یافت.

ما هم‌اکنون مشغول پی‌ریزی یک سیستم اساسی خبررسانی بین‌المللی هستیم و در کار مخابرات داریم به سمت یک شبکهٔ بسیط اطلاعاتی جهانی پیش می‌رویم، همچنان که از نظر اقتصادی بسوی یک

بازار جهانی در حال پیش‌رفتنیم. ما داریم در جهتی حرکت می‌کنیم که بتوانیم هر چیزی را به هر کسی در هر جائی و به هر صورتی ـاعم از صدا، آمار، متن یا تصویرـ با سرعت نور منتقل کنیم.

محدودیتی برای رشد وجود ندارد

رونق اقتصاد جهانی در سال ۱۹۹۰ از حدود و موانعی که سابقاً در راهش وجود داشته است آزاد خواهد بود. درواقع دیگر حد و مرزی برای رشد وجود ندارد. در سراسر سالهای ۹۰، با وفور منابع طبیعی ـاز محصولات کشاورزی و مواد خام گرفته تا نفتـ روبرو خواهیم بود. همهٔ مواد و محصولاتی که از زمین حاصل می‌شود در واپسین سالهای قرن حاضر ـو شاید هم سالها بعد از آنـ بیش از حدِ مصرف خواهد بود.

از اواسط دهۀ ۱۹۸۰ مواد غذایی موجود بیش از احتیاج جمعیت جهان بوده است، و اگر هنوز هم گرسنگی در نقاطی از جهان وجود دارد مربوط به مسائل سیاسی و مشکلات توزیع است. وانگهی اکنون رشد جمعیت در هر جای جهان ـبجز افریقاـ تحت کنترل درآمده و در بسیاری موارد به صورت تأسف‌انگیزی پایین افتاده است. علاوه بر آن، ما در آستانهٔ یک دورهٔ دیگر از «انقلاب سبز» هستیم و آن هم از فیض پیشرفت تکنولوژی زیستی (بیوتکنولوژی) است.

در آینده احتیاجِ ما به مواد خام بمراتب کمتر خواهد شد، زیرا اکنون دهها سال است که داریم از تولیدات پرهزینه فاصله می‌گیریم، مثلاً پلاستیک را به صورت گسترده‌ای جانشین فولاد می‌کنیم و از طرفی دیگر، عمل «فشرده کردن» عامل دیگری در جهت کاهش تقاضا برای مواد خام است. در سالیان اخیر، قیمت مواد خام به نسبت قیمت محصولات ساخته‌شده و خدمات تولیدی با کاهشی روبرو شده که در تاریخ بی‌سابقه است و کلاً به تنزل خود ادامه خواهد داد.

یک مثال برای فاصله گرفتن از تولیدات پرهزینه، همین کابلهای ساخته‌شده از الیاف نوری است. هفتاد پوند از این نوع کابل همان کاری را می‌کند که یک تن سیم مسی انجام می‌دهد. از آن مهم‌تر اینکه برای تولید این هفتاد پوند کابل نیازمند کمتر از پنج‌درصد نیروئی هستیم که برای تولید یک تن سیم مسی لازم است.

کاهش مصرف انرژی و مواد خام؛ این است اقتصاد نوین. و قبل از سال ۲۰۰۰ تنها یک کابل الیاف نوری قابلیت مخابرۀ ۱۰ میلیون مکالمه در آنِ واحد را دارد، و این معادل است با قابلیت سه‌هزار رشته از همین کابلَها در سال ۱۹۸۸.

از بحران انرژی خبری نخواهد بود

بحران انرژی سد راه رونق اقتصادی دهۀ ۹۰ نخواهد شد. توضیح این مسئله نیز کاملاً ساده است: تولید انرژی در جهان بیشتر و مصرفش کمتر شده است. دیگر جهان مثل سال ۱۹۷۴ با بحران نفت اوپک روبرو نخواهد شد، زیرا که از آن زمان ـ یعنی سال ۱۹۷۴ـ بیست و چهار کشور عضو «سازمان همکاری و توسعۀ اقتصادی» ـ از جمله امریکا و ژاپن و اروپای غربی ـ با حفظ منابع طبیعی و بالا بردن بازدهیهای اقتصادی، مصرف انرژی خود را بیست درصد کاهش داده‌اند، و این بیست درصد معادل یک میلیارد تن نفت در سال است، یعنی مساوی با کل تولید امریکا و اروپای غربی.

در حدود یک دهۀ پیش، روند تاریخی مصرف انرژی در ایالات متحد تغییر کرد. ایالات متحد در دویست سال اول تاریخش هر سال از سال قبل انرژی بیشتری مصرف می‌کرد، ولی از سال ۱۹۷۹ به بعد هر سال مصرف انرژی خود را از سال قبل کمتر کرده است. این است مصداقی از پیچِ تندِ تحول.

درعینِ حال، دنیا نیز نفت بیشتری تولید می‌کند. در دهۀ گذشته

نواحی جدیدی به زمرهٔ تولیدکنندگان مهم نفت پیوستند: هندوستان، مصر، برزیل، کلمبیا، سوریه، عمان، چین، دریای شمال و آلاسکا از این جمله‌اند. در سال ۱۹۸۹ یمن جنوبی هم به این دسته ملحق شد. در سال ۱۹۷۹ ذخیرهٔ نفتی معلوم جهان، بالغ بر ۶۱۱ میلیارد بشکه بود و منفی‌بافها می‌گفتند که این ذخایر شدیداً رو به کاهش است؛ امروزه ذخیرهٔ نفتی جهان ۸۸۷ میلیارد بشکه است و مرتباً رو به افزایش.

تولیدکنندگان جدید وارد بازار شده‌اند و قیمت نفت اوپک را پایین نگاه داشته‌اند. از سال ۱۹۷۹ تا سال ۱۹۸۹ تولید روزانهٔ کشورهای خارج از اوپک بیش از هفت میلیون بشکه افزایش داشته است (یعنی از ۲۲ میلیون بشکه در روز به ۲۹ میلیون بشکه رسیده است).

در همین دوره، تولید اوپک از ۳۱ میلیون بشکه در روز به ۱۷ میلیون بشکه کاهش یافت. تولیدکنندگان جدید نفت بطرز قابل توجهی از وابستگی غرب به اوپک کاسته‌اند.

علیرغم مخالفتهای شدید با انرژی هسته‌ای در برخی مناطق، شکی نیست که این منبع انرژی از وابستگی غرب به نفت کاسته است. بیش از ۳۵ درصد برق کشورهای «سازمان همکاری و توسعهٔ اقتصادی» هم‌اکنون از نیروگاههای اتمی تأمین می‌شود. این انرژی معادل است با انرژی حاصل از شش میلیون بشکهٔ نفت در روز.

هنوز توجه چندانی به پیشرفتی که در راه تأمین انرژی فتوولتیک انجام گرفته، نشده است. در طول دههٔ ۱۹۹۰ هزینهٔ تهیهٔ سلولهای فتوولتیک که نور خورشید را مستقیماً تبدیل به برق می‌کنند چندان پائین خواهد آمد که از نظر تجاری مقرون به صرفه شود و برای تولید الکتریسیته در مقیاسی بالا مورد استفاده قرار گیرد. میانگین قیمت تا سال ۲۰۰۰ به ۱/۵ دلار در وات کاهش خواهد یافت. و اگر چنین بشود ــ که بسیاری از متخصصان معتقدند چنین خواهد شد ــ تولید کل تا بیش از صدبرابر افزایش خواهد یافت و فروش جهانی این انرژی به ۷/۵ میلیارد دلار در سال خواهد رسید. بدین ترتیب احتمال بسیار می‌رود که در قرن

بیست و یکم شعاع مستقیم خورشیدی منبع اصلی تأمین انرژی جهان باشد.[۱]

افزایش تولید انرژی و کاستن از مصرف آن: هماهنگی این دو گرایش جهانی باعث می‌شود که تقاضای نفت کاهش و در نتیجه عرضه‌اش افزایش یابد و قیمتش در سطح پایینی نگاه داشته شود. بدین ترتیب آن کالایی که در زمرۀ پرخریدارترین کالاهای تجارتی است و بدبینها و منفی‌بافان از بیم کمبودش عزا گرفته‌اند، نه تنها رونق اقتصادی دهۀ ۱۹۹۰ را محدود نخواهد کرد، بلکه بر سرعتش نیز خواهد افزود.

انقلاب اصلاحات مالیاتی

رقابت فزایندۀ جهانی برای گرفتن مالیاتهای کمتر یا آنچه تایمز مالی از آن بعنوان «انقلاب اصلاحات مالیاتی» یاد می‌کند نیز به گسترش و توسعۀ اقتصاد جهانی در دهۀ ۹۰ کمک خواهد کرد.[۲]

نیاز به رقابت در یک اقتصاد جهانی، کشورها را وادار ساخته که یکی پس از دیگری مالیات بر درآمدها را کاهش دهند. این روند با اقدامات اصلاحی مالیاتی رونالد ریگان در سال ۱۹۸۱ شروع شد. در آن زمان، دولت ایالات متحد می‌توانست تا ۷۵ درصد درآمد یک شهروند را بعنوان مالیات بگیرد؛ ولی در سال ۱۹۸۹ بالاترین میزان مالیاتی به ۲۸ درصد کاهش یافته است.

در بریتانیای خانم تاچر هم کاهش نرخ مالیات اساس بهبود وضع اقتصادی کشور را تشکیل می‌دهد. کابینۀ حزب کارگر در دهۀ ۱۹۷۰ به نرخ مالیاتی تعجب‌آور ۹۸ درصد از درآمدهای سرمایه‌گذاری رسیده بود، و امروز بالاترین میزان مالیات خانم تاچر در این مورد ۴۰ درصد است.

استرالیا و زلاندنو نرخ مالیات بر درآمد را حتی بیشتر از دول محافظه‌کار و کشورهای دیگر کاهش داده‌اند. قانون مالیاتی جدید ژاپن هم که در سال ۱۹۸۹ به مورد اجرا گذاشته شد، بالاترین نرخ مالیات بر

در آمد را از ۶۰ درصد به ۵۰ درصد کاهش داد. برزیل این میزان را از ۶۰ درصد به ۲۵ درصد پائین آورد. از سال ۱۹۸۴ تعداد ۵۵ کشور از نرخهای بالای مالیاتی خود کاسته‌اند.

حتی سوئد هم که به اخذ مالیاتهای سنگین از در آمدها معروف است دست به اصلاحات مالیاتی زده است. تحت تأثیر رقابتهای سال ۱۹۹۲ و تلاش برای رقابت با کشورهای دیگر، سوئد نیز در جهت کاهش نرخ بالای مالیاتی از ۷۵ درصد به ۶۰ درصد گام برخواهد داشت. شاید این کاهش ناچیز بنظر آید ولی هر ده کارگر سوئدی که در آمدی زیر ۲۶٬۰۰۰ هزار دلار دارند مالیات پرداختی ۹ نفرشان از ۶۰ درصد به ۳۰ درصد کاهش خواهد یافت. سِون-اولوف لودین که اقتصاددان متخصص در امور مالیاتی است و در فدراسیون صنایع کار می‌کند می‌گوید: «اگر اصلاحات مالیاتی در امریکا رخ نداده بود، این تغییرات در سوئد بوجود نمی‌آمد.»[۳]

در یک جهان رقابت‌کننده، مالیاتِ کمتر، افراد را تشویق به کارِ بیشتر و راغب‌تر به اعلام بموقع میزان در آمَد خود می‌کند، و این در درازمدت به جمع‌آوری مالیَات بیشتر -و نه کمتر- از سوی دولتها منجر می‌شود. مالیاتها در ایالات متحد آنقدر پائین است (اگرچه اکنون در آمد مالیاتی دولت ۸۹ درصد بیشتر از دورهٔ قبل از کاهش مالیاتهاست) که مثل یک چتر حمایتی، استعدادهای مبتکر و فعال را از دیگر کشورها جذب می‌کند؛ و این به نوبهٔ خود باعث پیشرفت اقتصاد امریکا می‌شود.

کاستن از حجم و اندازه

آلن گرینسپَن، رئیس «فدرال رزرو بورد» (بانک مرکزی امریکا) به نکته‌ای در توسعهٔ تجارت و جهانی شدن اقتصاد اشاره می‌کند که شاید توجه چندانی بدان نشده باشد، و آن چیزی است که او «فشردن تولیدات اقتصادی» نامیده و معتقد است که داد و ستد را آسان‌تر و کارآئی

تولیدات را بیشتر می‌کند.[۴]

گرینسپَن می‌گوید که پنجاه سال پیش رادیوها حجیم و بزرگ بودند ولی امروز آنقدر کوچک شده‌اند که در جیب هم جا می‌گیرند. تولیدات امروزی، از جمله مصالح و مواد ساختمانی، کم‌حجم‌تر و سبک‌تر شده است ولی کارآیی و تأثیر آنها بمراتب بیشتر است. ما هم‌اکنون لباسهایی می‌پوشیم که علیرغم سبکی کاملاً گرم است. کامپیوترها روزبروز کوچکتر می‌شود. در داد و ستدهای مالی جهانی، پیامهای الکترونیکی جای کاغذ را گرفته است. هواپیماها در عین کاهش مواد بکار رفته در ساختشان و صرفه‌جوئی در سوختی که مصرف می‌کنند افراد بیشتری را حمل می‌کنند.

هرچه حجم و وزن کالایی کمتر شود، انتقال و گردش آن در میان کشورها آسان‌تر خواهد بود.

تورم و نرخ بهره

تورم کاهش خواهد یافت، زیرا رقابتی جهانی برای قیمت پائین و کیفیت بالا بوجود آمده؛ و این خود پدیده‌ای است جدید.

نرخ بهره هم پائین خواهد آمد، زیرا در جهان امروز سرمایه فراوان است و وام‌دهندگان بسیار و رقابت جهانی برای کاستن از نرخ بهره روزافزون.

مصرف‌کنندهٔ آسیائی قدرت می‌گیرد

اقتصاد کشورهای آسیایی در حال شکوفائی بیسابقه‌ای است، شکوفائی و رشدی که مایه‌بخش رقابت امریکای شمالی و اروپا خواهد شد، اما در عین حال بازارهای مصرف تازه‌ای هم برایشان تأمین خواهد کرد؛ و این خود موضوعی است که فصل ششم کتاب حاضر با عنوان

«ظهور کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام» بدان اختصاص دارد.

ژاپن از اقتصاد صادراتی به سوی اقتصاد مصرفی می‌رود، و این راهی است که دیگر کشورهای آسیایی هم در دهۀ ۱۹۹۰ بدان قدم خواهند نهاد.

با گسترش معجزۀ اقتصاد آسیایی در ناحیۀ اقیانوس آرام، دستمزدها نیز در همه جا افزایش خواهد یافت و این باعث پیدایش میلیونها مصرف‌کنندۀ جدید خواهد شد. کرۀ جنوبی هم تحت تأثیر یک بازار داخلی رو به گسترش، برای سومین سال پیاپی، در سال ۱۹۸۸، نرخ رشدی بالای ده درصد داشته است. در این کشور تولید ناخالص ملی سرانه از ۳٬۰۹۸ دلار در سال ۱۹۸۷ به ۴٬۰۴۰ دلار در سال ۱۹۸۸ رسیده و دستمزدهای سالانه بیش از ۱۵ درصد افزایش یافته است.

تولید ناخالص ملی سرانه در تایوان هم‌اکنون بالاتر از ۶٬۰۰۰ دلار است. و ما شاهد دستاوردهای مشابهی در تایلند و مالزی و اندونزی و سنگاپور خواهیم بود.

مصرف‌کنندگان دهۀ ۹۰، عمدتاً آسیاییها خواهند بود. در طول دهۀ ۱۹۹۰، هشتاد میلیون نفر بر تعداد ثروتمندان کشورهای آسیایی (در برابر ۱۰ میلیون در کشورهای اروپائی) افزوده خواهد شد؛ و این به معنای ایجاد موقعیتهای طلایی و فرصتهای مغتنمی خواهد بود برای تولید- کنندگان امریکای شمالی و اروپا و همچنین آسیا.

پیشرفت دموکراسی و گسترش تجارت آزاد

گرایش جهانی در تبدیل رژیمهای خودکامه به دموکراسی، زمینۀ سیاسی رشد اقتصادی را فراهم می‌آورد.

دیکتاتوریهای کمونیستی در همه جا با شکست مواجه شده‌اند و حتی در اتحاد جماهیر شوروی هم حرف از «دموکراتیزه» کردن دولت است. میخائیل گورباچف در سخنرانی سال ۱۹۸۸ خود در سازمان ملل متحد

بکرّات کلمۀ «دموکراسی» را بکار برد و حتی یک بار به کلمۀ «کمونیسم» اشاره نکرد. او گفت «آرمان دموکراتیزه کردن نظام جهانی به صورت یک انگیزۀ قوی سیاسی اجتماعی در آمده است.»

دموکراسی در جهان سوم، در طول دهۀ ۸۰ بطرز چشمگیری پیشرفت کرد. بسیاری از کشورهای امریکای جنوبی و در رأس آنها برزیل و آرژانتین به سمت دموکراسی پیش رفتند و حکومت شیلی هم با رفراندم عمومی سال ۱۹۸۸ از رژیم دیکتاتوری به یک رژیم دموکراسی تغییر یافت. کشورهای پاکستان و فیلیپین و کرۀ جنوبی و تایوان و مکزیک هم در لیست «رشد دموکراسی» دهۀ ۱۹۸۰ قرار دارند.

دموکراسی شدن اسپانیا و پرتغال بدان معنی بود که برای اولین بار سرتاسر اروپای غربی از حکومت دموکراسی برخوردار شد.

در سال ۱۹۸۸، جمعیت کشورهائی که طبق ضوابط «مرکز آزادی» در طبقۀ کشورهای «آزاد» قرار دارند رکورد تازه‌ای بدست آورد و به ۳۸/۳ درصد جمعیت کل جهان رسید. در سال ۱۹۷۵ این میزان کمتر از ۲۰ درصد بود.

دموکراسی تاکنون موفق‌ترین شیوه برای پرورش استعدادها و خلاقیتهای فردی بوده است، و این خود مهمترین عامل رشد اقتصادی است.

صلح، نه جنگ

روز سیزدهم نوامبر سال ۱۹۸۸، چهل و سه سالِ تمام می‌شد که اروپا در صلح بسر برده بود، و این طولانی‌ترین دوران صلح در تاریخ اروپا بوده است. عدم وجود نسبی جنگ در جهان، به همراه تنش‌زدایی بین اعضای ناتو و آنچه بزودی «کشورهای سابقاً کمونیست» نام خواهد گرفت، علائم امیدبخشی برای پیدایش اقتصاد واحد جهانی است.

سال ۱۹۸۸ سال صلح بود: جنگ ایران و عراق در این سال خاتمه

یافت؛ قوای شوروی عقب‌نشینی از خاک افغانستان را آغاز کرد؛ در آنگولا صلح برقرار شد؛ میخائیل گورباچف در یک سخنرانی قابل توجه در مقر سازمان ملل متحد، در دسامبر سال ۱۹۸۸ جنگ را بعنوان «راهی برای حل مشکلات» مردود شمرد.

و اکنون کم‌کم مردم پی می‌برند که جنگ شیوهٔ منسوخ و از مد-افتادهٔ حل مسائل و مشکلات است، بخصوص در بین کشورهای پیشرفته.

از سال ۱۹۴۵ تاکنون، هیچ جنگی بین ۴۴ کشور ثروتمند دنیا روی نداده است. قدرمسلم آنکه در دهۀ ۱۹۹۰ ابرقدرتها در درگیریها و برخوردهای منطقه‌ای دخالت نخواهند کرد. افغانستان و ویتنام درس خوبی به ابرقدرتها ـاعم از شوروی و ایالات متحدـ داده‌اند و آنها دریافته‌اند که حل اختلافات با توسل به قوهٔ نظامی به چه قیمت گرانی تمام خواهد شد.

اکنون اتحاد جماهیر شوروی و ایالات متحد کمتر از هر کشور دیگری احتمال دارد در جنگی درگیر شوند. اتحاد جماهیر شوروی سیاست خارجی خود را از یک سیاست مبتنی بر «مبارزهٔ طبقاتی» به سیاستی مبتنی بر «انسانیت» و «حفظ انسانها» تغییر داده است و احتمال کمی وجود دارد که شورویها بار دیگر درصدد بسط ایدئولوژی و صدور انقلاب خود برآیند، چرا که دیگر این تنها «پولیت‌بورو» نیست که مسائل سیاست خارجی را تعیین می‌کند.

ایالات متحد نیز بنظر می‌رسد که سیاست امنیت ملی خود را از نزاع با کمونیسم جدا کرده است تا بتواند پاسخگوی رقابت اقتصادی در بازار جهانی باشد.

اکنون روشن شده است که در دهۀ ۱۹۸۰، اقتصاد مقامی بمراتب مهمتر از ایدئولوژی داشته است.

این جهان‌بینی جدید، منابع مالی و انسانیی راکه در شوروی یا امریکا یا جای دیگر صرف مسابقهٔ تسلیحاتی می‌شد بسوی اهداف مثبت می‌برد.

نگرانی خاطر ما از وحشت یک جنگ اتمی کم‌کم برطرف می‌شود و مشغولیت فکری‌مان بیشتر مصروف یافتن فرصتهائی طلایی است در بازار جهانی.

محیط زیست

شکی نیست که دنیا فارغ از مشکلات و مسائل عمده نخواهد بود؛ اما رشد جمعیت ـبجز در افریقاـ بخوبی تحت کنترل درآمده است، اگرچه منفی‌بافان هنوز هم در این زمینه به پیش‌بینیهای وحشتناک خود ادامه می‌دهند. مثلاً در سال ۱۹۸۹ برزیل اعلام کرد که در طول یک نسل، میزان زاد و ولد کشور تقریباً نصف شده است؛ میزان باروری در سال ۱۹۷۰ معادل ۵/۷۵ کودک برای هر زن بود، و امروز این میزان ۳/۲ است.

ملاحظات محیط زیستی همچنان فکر ما را به خود مشغول خواهد داشت: لایۀ ازونی، باران اسیدی، پدیدۀ گلخانه‌ای، نابودی جنگلهای باران‌انگیز. ولی از سوی دیگر نوعی همبستگی جهانی برای مشارکت در بهسازی محیط زیست نیز بوجود آمده است، تا آنجا که بسیاری کشورها در رهبری این نهضت با یکدیگر به رقابت برخاسته‌اند.

جورج بوش در مبارزات انتخاباتی خود بعنوان «مدافع محیط زیست» ظاهر گشت و خواستار تشکیل کنفرانس جهانی محیط زیست با شرکت اتحاد شوروی و چین شد. میخائیل گورباچف نگرانی خود را دربارۀ محیط زیست حداقل بیست مرتبه در جریان سخنرانی هفتم دسامبر ۱۹۸۸ خویش در سازمان ملل متحد، ابراز کرد.

مارگارت تاچر بر اثر عقب‌گردی خارق‌العاده در شیوۀ سیاسی خویش، طوری حرف می‌زند که گویی از اعضای حزب سبز (طرفداران محیط زیست) است. و به نوشتۀ اکونومیست «تاچر که در ابتدا خود را مبلغ نجات بریتانیا از سوسیالیسم و جهان غرب از کمونیسم می‌دید، حالا معتقد شده است که رهبری و تلاش او برای حل مشکلات محیط

زیستی کرهٔ زمین ضروری‌تر است.»

وقتی که گروه ممالک هفتگانه (ایالات متحد، ژاپن، آلمان غربی، بریتانیا، فرانسه، کانادا، ایتالیا) پانزدهمین اجلاس سالانهٔ اقتصادی خود را در ژوئیهٔ سال ۱۹۸۸ در پاریس برگذار کردند، مسائل مربوط به محیط زیست برای اولین بار بنحوی مورد توجه قرار گرفت که برخی این اجلاس را «اجلاس محیط زیست» نامیدند. این گروه خواهان مشارکت و همیاری عمومی برای حفظ محیط زیست شد و در قطعنامهٔ خود اعلام کرد که طرح برنامه‌ای فوری و قاطع برای حفظ تعادل اکولوژیکی ضروری است و «ما برای رسیدن به اهداف مشترک اقتصادی و اجتماعی‌مان در برنامهٔ مشترکِ حفظ سلامت و تعادل محیط زیست، با یکدیگر همکاری خواهیم کرد.»

این خود نشان‌دهندهٔ این واقعیت است که دورهٔ جدیدی از همیاری برای فائق آمدن بر مشکلات عمومی و مشترک محیط زیست آغاز شده است.

دنیا کم‌کم مشغلهٔ فکری مسائل دفاعی و جنگ سرد را کنار می‌گذارد و به مسائل مربوط به محیط زیست و عوامل نابودکنندهٔ آن که اکنون مهمترین مسئلهٔ مشترک تمامی کشورها است، می‌پردازد.

دههٔ خارق‌العادهٔ ۱۹۹۰

تمام این عوامل:

* اولویت ملاحظات اقتصادی بر ملاحظات سیاسی
* تمایل به تجارت آزاد جهانی
* پیشرفت و سرعت ارتباطات
* وفور نسبی منابع طبیعی
* رقابت برای کاهش مالیاتها

* فشردن محصولات اقتصادی
* فرونشستن نرخ تورم و بهره
* فزونی گرفتن مصرف‌کنندگان آسیایی
* منسوخ شدن جنگ
* توجه به محیط زیست

عواملی به هم وابسته‌اند و یکدیگر را تقویت می‌کنند؛ و مجموعۀ این عوامل، جهانی یک‌پارچه را تشکیل می‌دهد.

گورباچف می‌گوید که اقتصاد جهان دارد به صورت سازمانی واحد درمی‌آید و هیچ کشوری ـبا هر نظام اجتماعی یا اقتصادیـ نمی‌تواند در خارج از این سیستم، رشدی طبیعی داشته باشد.

افسانۀ سقوط امریکا

در اواخر دهۀ ۱۹۸۰، نظریۀ سقوط امریکا در بین گروهی از متفکران رایج بود، چیزی شبیه سقوط امپراطوری روم.

کتاب پرتیراژ پل کندی در سال ۱۹۸۸، به نام ظهور و سقوط قدرتهای بزرگ به بهترین شیوه این نظریۀ قابل تأمل را بیان می‌کرد. به نظر کندی، ایالات متحد نیز مثل تمامی قدرتهای بزرگ روزگاران گذشته با دستاوردهای اقتصادی خود سلطه‌ای جهانی پیدا کرده است، و برای حفظ این موقعیت جهانی مجبور است مثل هر ابرقدرتی، مبالغ هنگفتی از ثروت خود را به اهداف نظامی اختصاص دهد. با رشد و توسعۀ اقتصاد امریکا، عدم موازنه‌ای بین خرجهای نظامی و امکانات تولید ثروت این کشور پدید آمده است و بدین ترتیب ایالات متحد خود را درگیرِ ـبه قول کندیـ «توسعۀ بی‌حد و حساب قدرت امپریالیستی‌اش» کرده است، و ـبنا به فرضیات تاریخی کندیـ سرانجام رکود قدرت اقتصادی‌اش منجر به رکود نظامی و بالاخره رکود قدرت سیاسی خواهد شد.

اعلام خطری که در کتاب کندی صورت گرفته بود از نگرانیهای فزاینده دربارهٔ کسری بودجهٔ داخلی و کسر تجارت خارجی کشور و «عدم قدرت رقابت» آن مایه می‌گرفت، و به‌هرحال رسیدن بدین نتیجه که امریکا در آستانهٔ سقوط است بسیار آسان می‌نمود. بسیاری نیز این فرضیه را پذیرفتند و ظاهراً بعض محافل علمی به دشواری توانستند خوشحالی خود را از شنیدن اخباری چنین پنهان کنند. حال آنکه واقعیتها در مسیری برخلاف نظریهٔ کندی جریان دارد.

پیش از همه، ایالات متحد برای حفظ منافع اقتصادی خود بودجهٔ نظامیش را افزایش نداده است؛ واقعیت این است که درصدی که از تولید ناخالص ملی صرف اهداف دفاعی می‌شود رو به کاهش است. اخیراً ۶ درصد تولید ناخالص ملی ایالات متحد صرف مسائل دفاعی می‌شود و حال آنکه در زمان ریاست جمهوری آیزنهاور و کندی حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص ملی درین راه مصرف می‌شد.

حال این آمار را با آمار اتحاد شوروی مقایسه کنیم که ۲۵ درصد تولید ناخالص ملی خود را صرف مخارج نظامی می‌کند، اگرچه خیال دارد این رقم را بسرعت کاهش دهد. هر دو کشور ـ ایالات متحد و اتحاد جماهیر شوروی ـ از تجارب خود در ویتنام و افغانستان درس گرفته‌اند. و در دهۀ ۱۹۹۰، آن درصد از تولید ناخالص ملی که صرف اهداف نظامی خواهد شد، باز هم کاهش خواهد یافت زیرا جنگ سرد رو به پایان است و از طرفی اروپا و ژاپن هم خود مبالغی از هزینه‌های دفاع مشترک را برعهده گرفته‌اند.

تأمین سرمایه برای رقیبان

امروزه این واقعیت را که سهم ایالات متحد در تولیدات صنعتی جهان از ۵۰ درصد در دهۀ ۱۹۵۰ به ۲۵ درصد کاهش یافته است خیلی بزرگ کرده‌اند. بعد از جنگ دوم جهانی و ویرانی اروپا و ژاپن، ایالات متحد

تنها کشور عمده‌ای بشمار می‌رفت که ارکان صنعتش دست‌ــ نخورده و سالم باقی مانده بود. آن روزها اقتصاد امریکا بی‌رقیب بود. اما از دست‌رفتن سهم ۵۰ درصدی امریکا در تولید جهانی نه‌تنها غیرقابل اجتناب می‌نمود بلکه خود ایالات متحد هم طالب چنین تحولی بود و به همین دلیل با اجرای طرح مارشال در اروپا و کمک به ژاپن در حوزۀ اقیانوس آرام در تحقق این تحول پیشقدم شد؛ زیرا وضع دهۀ ۱۹۵۰ از نظرگاه رقابت جهانی، غیرطبیعی به نظر می‌رسید.

اگر سالهایی ـ مثلاً سال ۱۹۱۳ یعنی درست یک سال قبل از جنگ جهانی اول، و سال ۱۹۳۸ یعنی یک سال قبل از جنگ جهانی دوم، و اواسط دهۀ ۱۹۶۰ـ را در نظر بگیریم می‌بینیم که در آن سالها سهم امریکا در تولید جهانی درست به اندازۀ امروز بوده است. و این آمار بغیر از محصولات غیرصنعتی است که در این زمینه ایالات متحد همیشه سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص داده است.

به گفتۀ چارلز وُلف، مدیر «راند کُرپریشن» (تحقیق در سیاست اقتصادی بین‌المللی) از اواسط دهۀ ۱۹۷۰، اقتصاد ژاپن و کشورهای حوزۀ اقیانوس آرام، از جمله چین ـ با توجه به زیربنای ضعیفشان ـ بمراتب بیشتر از اقتصاد ایالات متحد رشد کرده است. از سوی دیگر تولید ناخالص ملی امریکا هم سریع‌تر از تولید ناخالص ملی اروپای غربی و شرقی و اتحاد جماهیر شوروی و کشورهای باصطلاح در حال توسعه افزایش داشته است؛ درنتیجه، سهم تولید امریکا در جهان بطور کلی بدون تغییر باقی مانده است.[5]

امروزه ایالات متحد ۲۵ درصد محصولات صنعتی جهان را تولید می‌کند، حال آنکه جمعیتش تنها ۵ درصد جمعیت جهان است.

کسریهای دوگانه و موهوم امریکا

در اواخر دهۀ ۱۹۸۰، سیاستمداران و تجارت‌پیشگان و اغلب

رسانه‌های گروهی دربارهٔ کسر بودجه و کسر تجارت امریکا سر و صدای زیادی راه انداختند و ابراز نگرانیها کردند که اگر اقداماتی صورت نگیرد، این غولهای دوقلو یعنی (کسر بودجه و کسر تجارت) حتی قدرتمندترین اقتصادها را هم از پا درخواهند آورد. بوش هنوز مراسم سوگند ریاست جمهوری را اجرا نکرده بود که عقلای قوم به تحذیر و اخطار پرداختند که اگر چاره‌ای برای این کسریها نیندیشد، دوران ریاست جمهوری‌اش فاجعه‌آمیز خواهد بود؛ چه، این کسریها در حکم بمبهائی ساعتی هستند و هر لحظه امکان انفجارشان می‌رود.

اما حقیقتاً کسر بودجهٔ امریکا به نسبت چهل سال گذشته افزایشی نداشته و بلکه مرتباً کاهش یافته است، و در مقایسهٔ نسبی تفاوت چندانی با کسر بودجهٔ دیگر کشورهای غربی ندارد. در سال ۱۹۸۹، کسری بودجه از ۲/۶ درصد درآمد ملی کمتر بود، که این بنوبهٔ خود کمتر از نصف کسر بودجهٔ سال ۱۹۸۲ است، سالی که بلافاصله بعد از آن دورهٔ شش‌سالهٔ رشد اقتصادی عهد ریگان آغاز شد. اگر اضافات بودجه را در سطوح خارجی و داخلی در نظر بگیریم بدین نتیجهٔ کلی خواهیم رسید که کسری بودجهٔ دولت ایالات متحد بمراتب کمتر از کسر بودجهٔ ژاپن و فرانسه و آلمان غربی است، همان کشورهائی که منتقدان اصلی کسر بودجهٔ امریکا را در خود جای داده‌اند. به اعتبار ارزش دلاری، کل کسری امریکا در سال ۱۹۸۶ معادل ۵۷ درصد کاهش یافته، و به اعتبار سهم تولید ناخالص ملی، میزان کسری امریکا از نازل‌ترین کسریهای جهان است.

و اما راجع به انباشته شدن «دیون»، میلتون فریدمن، برندهٔ جایزهٔ نوبل در اقتصاد به این مسئله اشاره می‌کند که دیون دولت فدرال در آخر سال ۱۹۸۸ کمترین درصد از درآمد ملی را ــ از پایان جنگ جهانی دوم تا ۱۹۶۰ــ به خود اختصاص داده، حال آنکه سالهای ۱۹۴۵ تا ۱۹۶۰ از دوره‌های رونق اقتصادی ایالات متحد بوده است.

از نظرگاهی دیگر این ابراز نگرانیها نسبت به کسر بودجهٔ امریکا چندان هم بی‌خاصیت نبوده است: اول اینکه چشم قانونگذاران را از

تصویب هزینه‌های بیشتر ترسانده است، ثانیاً از گوشه و کنار پیشنهاد می‌رسد که برای موازنۀ بودجه بر مالیاتها افزوده شود. ولی تاریخچۀ افزایش مالیات امریکا نشان می‌دهد که در مقابل هر یک دلاری که بر مالیاتها افزوده شود ۱/۵ دلار توسط کنگره خرج‌تراشی می‌شود. دموکراسی امریکایی به گونه‌ای نیست که واقعاً افزایش مالیات بتواند از کسری بودجه بکاهد.

کسریها و بازار بورس

بازار سهام، هم در وقت کاهش کسر بودجه و هم هنگام افزایش آن ترقی داشته است. یک سال قبل از ۱۹ اکتبر ۱۹۸۷ که کسر بودجه کاهش یافته بود، دست‌اندرکاران بورس بیش از پیش بر رونق بازار افزودند و هنگامی که سقوط اقتصادی اکتبر ۱۹۸۷ روی داد همۀ گناهان را به گردن کسری بودجه انداختند و سرمایه‌داران، یک‌شبه، سوسیالیست گردیدند و برای دخالت در امور اقتصادی و تثبیت وضع اقتصادی دست به دامن دولت مرکزی شدند.

در طول دوازده ماه پس از رکود ۱۹۸۷ اقتصاد امریکا ۳٬۷۰۰٬۰۰۰ شغل جدید بوجود آورد (۵۶ درصد این شغلها مشاغلی از قبیل مدیریتها و امور تخصصی بود، یعنی در زمرۀ پردستمزدترین و مهارت‌جوترین مشاغل) و درآمدهای واقعی قابل پس‌انداز بیش از ۴ درصد افزایش یافت.

رکود اقتصادی سال ۱۹۸۷ یک موهبت واقعاً بزرگ بود، و به همه نشان داد که اقتصاد کازینویی بازار بورس ربطی به اقتصاد واقعی ندارد.

این به اصطلاح کسر تجارت خارجی امریکا:

اگرچه روزبروز نگرانی از کسری تجارت خارجی امریکا فزونی

می‌گیرد ولی اصلا مسلم نیست که ایالات متحد در معامله با ژاپن و دیگر کشورهای جهان واقعاً گرفتار عدم موازنه باشد. علاوه بر آن گاهی به ذهن انسان خطور می‌کند که نکند انگیزهٔ این اظهار نگرانیها چیز دیگری است: برانگیختن حس حمایت از صنایع داخلی؛ احساسی که مستقیماً «اقتصاد جهانی» را مورد تهدید قرار می‌دهد.

آنانی که مدعی به اصطلاح کسر تجارت خارجی امریکایند همهٔ اتکاء و استنادشان به آمار و ارقامی است که مأموران گمرکی بنادر و دروازه‌های وارداتی در مورد کالاهای عصر صنعت منتشر ساخته‌اند.

کتابی که هم‌اکنون می‌خوانید در ژاپن توسط «نیهون کایزای شیمبون» منتشر شده است. خوب، اگر این کتاب به ژاپنی ترجمه شده بود و در ایالات متحد چاپ می‌شد و پس از بسته‌بندی به ژاپن حمل می‌شد، آیا در آن صورت در لیست مأموران گمرکی رقمی ثبت نمی‌شد بعنوان کالائی صادراتی از جانب امریکا و وارداتی از جانب ژاپن؟ البته کار بدین صورت انجام نشد: ژاپنیها حق چاپ را خریدند و کتاب در آنجا منتشر شد، به نویسندگان مبلغی پرداخته شد و حقوقشان محفوظ ماند ولی حتی یک شاهی از این مبلغ در سیاههٔ گمرکی ثبت نشد. از این نوع داد و ستدها میلیونها نمونه بین شهروندان امریکایی و مردم دیگر کشورهای دنیا در جریان است.

مؤسسات طراحی و مهندسی و مشاوره‌ای ایالات متحد سالانه میلیاردها دلار از کشورهای دیگر دستمزد می‌گیرند، ولی دیناری از این مبالغ در حسابهای مربوط به موازنهٔ تجاری منظور نمی‌گردد.

در سال ۱۹۸۶، شعب ژاپنی کمپانیهای امریکایی از قبیل «آی‌بی‌ام» «تگزاس اینسترومنتس» و «کوکاکولا»، کالاها و خدمات تولیدشده در ژاپن را به خود ژاپنیها فروختند و ۸۱ میلیارد دلار به جیب زدند. در همان سال کمپانیهای ژاپنی ۱۳ میلیارد دلار کالا و خدمات فقط به شهروندان امریکایی عرضه داشتند (که البته این هم به حساب نیامد). در سال ۱۹۸۶، شعبه‌های خارجی شرکتهای امریکایی معادل ۷۲۰ میلیارد دلار کالا در

خارج از امریکا فروختند که این مبلغ هفت‌برابر کل به‌اصطلاح کسر تجارت در همان سال است. تقریباً ۲۰ درصد کالاهایی که وارد ایالات متحد می‌شود ساخت، شعب خارجی شرکتهای امریکایی است.

بزرگترین قلم واردات امریکا تاکنون پول بوده است و صادرات عمده‌اش سهام شرکتها و دیگر اسناد و اوراق بهادار. راستی اکنون که جهان نخستین قدم را بسوی اقتصاد واحد برداشته است چگونه می‌خواهیم ارقام و آمار تجاری را تعبیر و تفسیر کنیم؟ با این روابط مالی درهم‌تنیدهٔ جهانی، دیگر چیزی بعنوان اقتصاد امریکایی وجود خارجَی ندارد.

بافت اقتصاد جهانی پیچیده‌تر از آن شده است که از صافی گمرك بگذرد و در دفاتر آمار تجارت خارجی منعکس شود. با این‌همه باز هم مفسران اقتصادی رسانه‌های گروهی و منابع دیگر اصرار دارند که کیفیت توازن اقتصاد امریکا را با تکیه بر آمارهای نارسا تعیین کنند. و از آن بدتر اینکه ما هم امور مالی خود را هنوز بر اساس همین استنباطهائی که مفهوم واقعی ندارد برنامه‌ریزی می‌کنیم.

برای درك اقتصاد نوین جهانی نیازمند مفاهیم تازه و آمارهای تازه‌ایم و حال آنکه هنوز ناظران و مفسران اقتصادی از مفاهیمی نظیر «دولتهای مختلفی که به مبادلهٔ کالاهای حقیقی مشغولند» و از شیوهٔ آماری کهن استفاده می‌کنند؛ و درنتیجه بوقهای تبلیغاتی فریاد شیون برمی‌دارند، و از کسریهای تجارت خارجی می‌نالند و از دولت توقع اقدامات حمایتی دارند، اقداماتی بی‌اثر و ازمدافتاده. درحالی که اگر تمامی اشکال داد و ستد را در نظر بگیریم، ایالات متحد هیچگونه کسر تجارتی با ژاپن و یا کشورهای دیگر ندارد.

سر و صدای زیادی راه افتاده است که «امریکا اکنون مقروض‌ترین کشور جهان است.»

در پاسخ باید گفت نیمی از این به اصطلاح «دیون» به صورت سهام در کمپانیهای امریکایی خوابیده است. و از آن گذشته اصولاً در اقتصادی

واقعاً جهانی چه اهمیتی دارد که ده سهم از سهام AT&T در دست فلان انگلیسیِ مقیم منچستر باشد یا در دست بانکداری از ویچیتا؟

حراج امریکا

وسواس اقتصادی دیگری که امریکاییها را سخت به خود مشغول کرده این است که خارجیها و بخصوص ژاپنیها دارند امریکا را می‌خرند. حال آنکه واقعیت جز این است و چنین چیزی لااقل در مورد ژاپنیها صحت ندارد.

خارجیها کمتر از ۵ درصد دارائیهای اقتصادی امریکا را در اختیار دارند که این مستملکات در حد خود سالانه بیش از ۴/۵ تریلیون دلار کالا و خدمات عرضه می‌کند.

ژاپن بزرگترین خارجیِ صاحب سهام در امریکا نیست. در واقع با این مقام فاصلهٔ زیادی هم دارد.

شاید مالکیتهای ژاپن در مانهاتان، لس‌آنجلس، هونولولو، این کشور را محسود دیگران کرده باشد. شاید هم علتش آن باشد که در گذشته‌ای نه‌چندان دور ژاپن دشمن ایالات متحد بشمار می‌رفته است.

در سال ۱۹۸۷ از کل سرمایه‌گذاریهای مستقیم خارجی در ایالات متحد، سهم بریتانیاییها ۲۸ درصد یعنی بیشترین مقدار بوده است، و به دنبال آن هلندیها ۲۱ درصد، و ژاپنیها تنها ۱۲ درصد را به خود اختصاص داده بودند. با این وصف حتی در سال ۱۹۸۷ هم ـ که سرمایه‌گذاری مستقیم ژاپنیها در امریکا به ۷/۴ میلیارد دلار رسید ـ میزان سرمایه‌گذاری ژاپنیها نصف انگلیسیها بوده است. راستی علتش چیست که امریکاییها نسبت به هجوم بریتانیاییها چنین عکس‌العملی نشان نمی‌دهند؟ امروزه سهم اروپاییان در شرکتها و کارخانه‌های امریکایی پنج‌برابر ژاپنیهاست. در دههٔ اخیر، بریتانیاییها، هفت‌برابر ژاپنیها به خرید

کمپانیهای امریکایی دست زده‌اند. در ذیل فهرست خریداران عمده و شمار کمپانیهایی را که آنها از سال ۱۹۷۸ تا ۱۹۸۷ خریده‌اند می‌آوریم.[۶]

بریتانیا	۶۴۰	سویس	۸۶
کانادا	۴۳۵	هلند	۸۱
آلمان غربی	۱۵۰	استرالیا	۶۸
فرانسه	۱۱۳	سوئد	۶۳
ژاپن	۹۴	ایتالیا	۳۱

سرمایه‌گذاری بریتانیایی و ژاپنی در ایالات متحد در سال ۱۹۸۸، رشد چشمگیری داشته است: سرمایه‌گذاری بریتانیا از ۱۵/۱ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۷ به ۲۱/۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۸ رسید و سرمایه‌گذاری ژاپن از هفت میلیارد دلار در سال ۱۹۸۷ به ۱۴/۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۸ رسید. این افزایش گرچه زیاد است ولی باز هم تنها بخش بسیار کوچکی از اقتصاد عظیم ایالات متحد را تشکیل می‌دهد.

در ایالت کلرادو، استرالیا بزرگترین کارفرمای خارجی است و مالکیت چهل کمپانی را داراست.

میزان سهام خریده‌شده به وسیلۀ امریکائیان در خارج از کشورشان (معادل ۳۰۹ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۷) بیش از میزان سهامی است که تمامی کشورهای خارجی در امریکا به‌دست آورده‌اند (۲۶۲ میلیارد دلار). تازه این قیمتِ اسمی سهامی است که امریکائیان در خارج از کشورشان خریده‌اند و حال آنکه میزان داراییهای امریکائیان در کشورهای دیگر با در نظر گرفتن قیمت رسمی روز و ارزش واقعی سهامشان بمراتب بیش از اینهاست.

به قول مجلۀ اکونومیست: «امریکا همچنان مشغول خرید جهان است؛ از اواسط دهۀ ۱۹۸۰ میزان سرمایه‌گذاری امریکائیان در خارج از کشورشان

بسرعت افزایش یافته و این افزایش بمراتب بیش از کل سرمایه‌گذاریهای خارجی بریتانیا و حتی ژاپن بوده است.»

خوب، با این احوال، چه اهمیتی دارد که خارجیها پنج درصد از کل سهام شرکتهای امریکا را مالک باشند؟ وانگهی در بسیاری از این شرکتهای چندملیتی خریدارِ سهام کمپانیهای امریکایی، خود امریکائیان غالباً از سهامداران عمده‌اند. در این صورت دیگر خارجی یعنی چه، داخلی یعنی چه؟ در یک اقتصاد جهانی انتظاری جز این نمی‌رود که عمده سهام شرکتها در هر کشوری متعلق به خارجیان باشد، این لازمهٔ اقتصاد جهانی است. به عنوان نمونه آیا کسی بدین مسئله پرداخته است که چند درصد از اراضی ایالت کالیفرنیا متعلق به مالکانی از دیگر ۴۹ ایالت امریکاست؟ بیست درصد؟ ۳۵ درصد؟ نه، کسی نمی‌داند؛ چون اقتصاد ایالات متحد اقتصادی واحد و منسجم است. باری، ناسیونالیسم اقتصادی مرده است و ما ملل جهان هر یک جزئی از یک اقتصاد واحد بشمار می‌رویم.

در قرن نوزدهم سرمایه‌گذاریهای خارجی، عامل اساسی رشد اقتصادی امریکا بود. در اواخر سال ۱۸۹۰، در اوج اولین دورهٔ توسعهٔ اقتصادی امریکا، دیون ایالات متحد بالغ بر ۲/۹ میلیارد دلار بود، رقمی در حدود چهار درصد از کل ثروت ملی مملکت در آن زمان. امروزه طبق آمار وزارت بازرگانی ایالات متحد، دیون خالص امریکا کمتر از ۱/۴ درصد ثروت ملی این کشور است.

سرمایه‌گذاری خارجی در امریکا نه‌تنها نشانهٔ رکود اقتصادی نیست بلکه منبع نیروئی است برای پیشبرد اقتصاد امریکا، زیرا ظرفیت تولیدی و قابلیت و حجم اقتصاد ایالات متحد را افزایش می‌دهد. حال اگر ازین رهگذر، خارجیان نیز اندک طرفی بربستند و به نوائی رسیدند نباید موجبات نگرانی کسی را فراهم کند.

خارجیها همچنان به سرمایه‌گذاری در ایالات متحد ادامه خواهند داد. میلتون فریدمن می‌گوید: «این برای من معمایی شده است که چرا مردم

رغبت ژاپنیها را به سرمایه‌گذاری در امریکا نشانۀ ضعف امریکا و قوت ژاپن می‌پندارند؟ مطمئناً مسئله عکس این است و همین رغبت خارجیها به سرمایه‌گذاری، نشانۀ قوت امریکا و ضعف ژاپن است.»[۷]

موقعیت ایالات متحد در جهان

در دهۀ اخیر قدرت اقتصادی ایالات متحد در مقایسه با اتحاد جماهیر شوروی افزایش یافته است. ایالات متحد یک‌چهارم کل تولید ناخالص جهان را در دست دارد. این رقم به‌تنهائی بیش از مجموع سهم اتحاد جماهیر شوروی و ژاپن است به عنوان دومین و سومین کشور تولیدکننده پس از ایالات متحد امریکا؛ و جای تعجب است که هنوز بسیاری از امریکاییها می‌پندارند اقتصاد ژاپن قوی‌تر و عظیم‌تر از اقتصاد امریکاست. کشوری که در هشت سال اخیر بیش از تمامی اروپا و ژاپن مشاغل جدید ایجاد کرده است، یک کشور در حال رکود نیست.

کشوری که هم‌اکنون به عنوان سرمشق اقتصادی مورد توجه ممالک جهان است و شیوۀ سرمایه‌گذاری آن مورد تقلید جهانیان، یک کشور رو به افول نیست.

ایالات متحد، البته دین عمده‌ای به ژاپن دارد، زیرا این ژاپن بود که اقتصاد امریکا را از حالت خمود غرورآمیزش در دهۀ ۱۹۷۰ بدر آورد. امریکا در این رهگذر مدیون ژاپن است و در طول سالهای ۹۰ به ادای این دین خواهد پرداخت.

خیلی از این حرفها و عقاید راجع به افول اقتصاد امریکا محصول فکر اقتصادیونی است که عرصۀ اقتصاد جهانی را چیزی از مقولۀ بساط قماربازان می‌پندارند و فکر می‌کنند که مثلاً اگر ژاپن برنده شد و امتیازی گرفت، لازمه‌اش این است که کشوری دیگر امتیازی از دست بدهد و بازنده باشد؛ حال آنکه این درست نیست. اقتصاد جهانی به شکل بی‌سابقه‌ای در حال گسترش و توسعه است، و در چنین شرایطی تمام

اقتصادها می‌توانند رشد کنند و هر کشوری می‌تواند در این میان برنده باشد.

در جهان دهۀ ۹۰ احتمال نمی‌رود در موازنۀ قدرتها تغییر عمده‌ای حاصل شود. درست است که بازار واحد اروپا حضور عمده‌ای خواهد داشت، اما امریکای شمالی نیز همچنان حضور خود را حفظ خواهد کرد. در طول دهۀ ۱۹۹۰ ایالات متحد همچنان بزرگترین قدرت اقتصادی جهان خواهد بود، به همان صورتی که تاکنون بوده است.

دوران بعد از جنگ جهانی دوم در دهۀ ۱۹۸۰ خاتمه یافت، و اکنون تمام دنیا توجهش را از تلاش برای امنیت ملی معطوف به امنیت اقتصادی کرده است. دهۀ ۱۹۹۰ دهۀ جهانی‌شدن است و در این دوره قدرت اقتصادی در تأمین نفوذ و حیثیت جهانی یک کشور بمراتب مهم‌تر از قدرت نظامی خواهد بود.

دورۀ جنگ سرد به پایان رسیده و جای خود را به عصر جهانی‌شدن داده است.

موقعیت برتر ایالات متحد

در رونق اقتصاد جهانی دهۀ ۱۹۹۰، منابع انسانی، عامل رقابتی عمده‌ای برای شرکتها و کشورهاست. در زمینه‌های کسب اطلاعات اقتصادی برای توفیق در تجارت جهانی، کیفیت ترکیب و ابداعات منابع انسانی تأثیر عمده‌ای خواهد داشت.

در این زمینه وضع هیچ کشوری بهتر از ایالات متحد نیست. لااقل وضع ایالات متحد بمراتب بهتر از ژاپن است، که ژاپن جامعه‌ای است با فرهنگ و تاریخ و نژادی یک‌دست. گرچه بلاشک ژاپنیها نژاد باهوشی هستند، ولی همین یکسانیها و یکدستیها عوامل محدودکننده‌ای بشمار می‌روند؛ حال آنکه ایالات متحد غنی‌ترین گنجینۀ آمیزه‌های نژادی و

قومی و تجربی جهان است، و از برکت همین غنای کم‌نظیر است که بدین مرحله از خلاقیت و نوآوری رسیده است.

این واقعیت که ایالات متحد ۱۸۸ برندۀ جایزۀ نوبل داشته و ژاپن تنها پنج برنده، مسئله‌ای تصادفی نیست.

ایالات متحد دائماً در کار غنی‌تر ساختن این آمیزۀ استعدادها و هوشهاست. امریکا در سال ۱۹۸۸ بیش از تمام کشورهای دنیا مهاجر قانونی پذیرفته است، تعداد ۶۴۳٬۰۰۰ نفر مهاجر؛ رقمی که بیش از مجموع کسانی است که به دیگر کشورهای جهان مهاجرت کرده‌اند. واقعیت این است که از سال ۱۹۷۰ وضع به همین صورت بوده و مهاجرین به ایالات متحد بیش از مجموع مهاجرین به بقیۀ کشورهای جهان بوده‌اند.

این مهاجرین چه کسانی هستند؟ اخیراً بیشتر آنان را آسیاییها و اسپانیایی‌نژادها تشکیل داده‌اند، و نکتۀ مهم این که اینان غالباً مردم باهوش و پشتکاردار و صاحب ابتکاری بوده‌اند که سرسختانه کوشیده‌اند تا موفق شده‌اند به ایالات متحد راه یابند.

این عادت امریکائیهاست که همیشه به مهاجران قبلی می‌بالند و از مهاجران فعلی می‌نالند.

حضور این مهاجران بر غنای منابع هوش و استعداد در امریکا می‌افزاید، آن هم در زمانی که میزان موالید در ایالات متحد رو به کاهش نهاده است. حالا این سیاست مهاجرتی امریکا را با سیاست مهاجرتی اروپا که میزان موالیدش حتی از امریکا نیز پایین‌تر است مقایسه کنید. آلمان غربی از لحاظ متوسط سنی افرادش، پیرترین کشور جهان است، و به دنبال آن هلند و سپس کشورهای اسکاندیناوی قرار دارند. این کشورهای پیر با زادوولد اندکِ خود دارای یکی از سختگیرانه‌ترین قانونهای مهاجرتی جهان هستند. آنها درهای کشور خود را به روی همه بسته‌اند. ژاپن هم که سریعاً دارد «پیر» می‌شود، مهاجری نمی‌پذیرد.

در دهۀ ۱۹۹۰ جمعیت ایالات متحد جوان‌تر از رقبای اصلی آن یعنی

اروپا و ژاپن خواهد بود.

واردات عمدهٔ امریکا «انسان» است. ولی امریکاییها هنوز به ارزش بالقوهٔ این آمیزهٔ انسانی پی نبرده‌اند، ارزشی که با شروع هزارهٔ سوم میلادی عامل سرنوشت‌سازی در رقابتهای اقتصادی خواهد بود.

اقتصاد دستمزد بالا

در دههٔ ۱۹۹۰ کارگران آموزش‌دیده و ماهر بالاترین میزان دستمزد را در طول تاریخ دریافت خواهند کرد، و این موضوع خود در افزایش غنا و ثروتمندی مردم اثر خواهد گذاشت.

مضحک است، ولی خیلی از مردم فکر می‌کنند اقتصاد امروز بیشتر مشاغلِ سطح پایین و کم‌دستمزد ایجاد می‌کند که برای ادارهٔ یک خانواده کافی نیست. در خارج از امریکا این نظریه قوت گرفته است که ایالات متحد از یک اقتصاد صنعتی با دستمزد بالای کارگرانش به جامعه‌ای خدماتی تبدیل شده است که مردمش بجای کار در کارخانه‌ها به خدمات سرپائی در رستورانها پرداخته‌اند، آن هم با دستمزدی بخور و نمیر. این شایعهٔ کمی دستمزدها از کجا منشأ گرفته است؟ این مسئله تا حدودی ناشی از مغالطهٔ کسانی است که می‌خواهند شیوه‌های صنعتی قدیمی را بطور مصنوعی دوباره علم کنند و به احیای سازمانهای کارگری علاقه‌مندند؛ و برنامهٔ کارشان چیزی شبیه به این است که اگر بتوان مردم را قانع کرد که تنها مشاغلِ با دستمزد خوب مشاغل صنعتی هستند، می‌توان آنها را به طرفداری از قانونی واداشت که محصولات صنعتی داخلی را در برابر رقابتهای جهانی «حمایت» می‌کند؛ و در این صورت مردم به حمایت از قوانینی خواهند برخاست که مثلاً ایالات متحد را از وارد کردن کالاهایی که قیمتشان از محصولات داخلی پایین‌تر است منع می‌کند. چه فکر و نقشهٔ وحشتناکی. تجارت آزاد برای اقتصاد جهانی دههٔ ۱۹۹۰ امری ضروری و حیاتی است. اصلاً چرا باید از توسعهٔ مشاغلی

حمایت کرد که با دستمزد بالا موجب تورم شوند و تولیداتشان نه مقرون به صرفه باشد و نه بتواند با محصولات خارجی رقابت کند؟

نظریهٔ دستمزد پایین و تاریخچهٔ پیدایشش

در اواخر سال ۱۹۸۶ بَری بلوستُن و بِنِت هاریسون ـ که کلاً از اقتصادیون طرفدار کارگر بشمار می‌آیندـ نتایج تحقیقاتی را که برای «کمیتهٔ مشترک اقتصادی کنگره» انجام داده بودند منتشر کردند.[۸] در آن گزارش ادعا شده بود که از هر ۱۰ شغل جدیدی که در خلال سالهای ۱۹۷۹ تا ۱۹۸۴ ایجاد شده، شش‌تای از آنها دستمزد سالیانه‌ای در حدود ۷٬۰۰۰ دلار یا کمتر داشته است؛ و چنین نتیجه گرفته بودند که اقتصاد جدید، مولد مشاغل خدماتی کم‌درآمدی بوده است. نتیجه‌ای که با گزارش بی‌طرفانهٔ «دفتر آمار کار» منافات داشت. این دفتر در گزارشهایش بارها به افزایش دستمزدها اشاره کرده بود. اگرچه این‌دو اقتصاددان بعداً در ارقام اعلام‌شده تغییراتی دادند و اظهار داشتند که ۴۰٪ از مشاغل دستمزد سالانه‌ای معادل ۱۱٬۰۰۰ دلار یا کمتر داشته‌اند، ولی باز هم چنین بنظر می‌رسد که اکثر مردم همان ارقام و آمار اولیه را به خاطر سپرده‌اند، زیرا بارها عبارت «از هر ده شغل جدید شش تایش سالانه کمتر از هفت‌هزار دلار دستمزد دارند» توسط رسانه‌های عمومی تکرار شده و در سخنرانیهای انتخاباتی نامزدهای حزب دموکرات برای ریاست جمهوری ـ که عموماً سنگ حمایت اساسی از کارگران را به سینه می‌زنندـ مورد استفاده قرار گرفته است.

خوشبختانه دستمزد افراد در اقتصاد اطلاعاتی مرتباً افزایش یافته است. از مارس سال ۱۹۸۵ تا مارس سال ۱۹۸۹ تعداد ۷۳ درصد از مشاغل نوبنیاد در امور مدیریت تخصصی و فن فروش و صنایع ظریفه، دستمزدی بالاتر از دستمزدهای تعیین‌شده از طرف وزارت کار داشته‌اند.[۹] فقط از مارس ۱۹۸۸[۹] تا مارس ۱۹۸۹ معادل ۵۳/۴ درصد از مشاغل نوبنیاد

مربوط به امور مدیریت تخصصی بوده است؛ و این مشاغل هم، چنانکه می‌دانیم، دستمزد کمی نداشته‌اند.[10]

با تکامل بیشتر اقتصاد اطلاعاتی، بتدریج موقعیت مشاغل بهتر و دستمزدهایشان هم بیشتر خواهد شد.

اگر بلوستن و هاریسون تحقیقاتشان را در سال ۱۹۸۸ انجام داده بودند به ارقام بسیار متفاوتی دست می‌یافتند. ولی با این احوال حتی وزارت کار هم قبول دارد که بین سالهای ۱۹۷۷ و ۱۹۸۱ گرایش بسوی دستمزدهای پایین‌تر بیشتر بوده است.[11] اگر به آمار و ارقام و تحقیقات این اقتصادیون توجه کنیم، خواهیم دید که متأسفانه روندی را که با شروع سال ۱۹۸۲ آغاز شده است بکلی نادیده گرفته‌اند، یعنی میلیونها شغل جدید با دستمزدهای بالا را ـ که در طول سالهای دهۀ ۱۹۸۰ پدید آمده است ـ از قلم انداخته‌اند.

به گفتۀ آن مک‌لافلین، وزیر سابق کار، بیش از هفتاد درصد از مشاغل تازه دستمزد سالانه‌ای معادل ۲۰٬۰۰۰ دلار دارند.[12]

شواهد، انکارناپذیر است. اقتصاد اطلاعاتی تعداد قابل توجهی مشاغل خوب با دستمزد بالا بوجود آورده است و می‌آورد، اما برای اشتغال به این مشاغل باید از مهارتهای لازم برخوردار بود. متأسفانه، افراد آموزش‌نیافتۀ غیرماهر به نسبت ارزش اقتصادی کارشان در یک جامعۀ اطلاعاتی دستمزد خواهند گرفت؛ و البته این دستمزد، دستمزد بالایی نخواهد بود. برای تصدی مشاغل اقتصاد اطلاعاتی، چنان کارآیی و کفایت سطح بالایی لازم است که حتی ایالات متحد هم در حال حاضر منابع انسانی کافی برای پر کردن این مشاغل ندارد، و در طول دهۀ ۱۹۹۰ هم نخواهد داشت. توجه بدین واقعیت در مورد نیروی انسانی، حداقل می‌تواند انگیزه‌ای باشد برای آموزش کارگران ساده و تربیت افراد ماهر.

شاخصهای دیگر

شاخصهای اقتصادی دیگر هم، مثلاً در مورد خرده‌فروشیها، حاکی از اقتصادی با دستمزدهای بالا است. در سال ۱۹۸۷ مقدار فروش هیجده فروشگاه زنجیره‌ای عمدۀ کشور ۱۳/۸ درصد افزایش یافته است.[۱۳]

اتاق بازرگانی ایالات متحد، شاخص ثروتی در مورد اشتغال منهای تورم، تهیه کرده است که نشان می‌دهد وضع امریکاییها از همیشه بهتر است. شاخص مذکور در سال ۱۹۶۸، معادل ۵۳/۲ بود، در سال ۱۹۷۵ به ۴۶/۷ تنزل کرد و باز در سه ماهۀ اول سال ۱۹۸۹ به ۵۹/۳ افزایش یافت. ضمناً بدین نکته هم باید توجه داشت که اعضای اتاق بازرگانی، مردم کاملاً محتاط و محافظه‌کاری هستند.[۱۴]

ولی مجلۀ بی‌طرف چینجینگ تایمز هم به نتایج و آماری در همین حدود دست یافته است. «شاخص ثروت» این مجله هم (مبلغ خرج‌شده توسط مصرف‌کننده بعلاوۀ ارزش خالص) نشان می‌دهد که طبقۀ متوسط امریکا از نظر درآمد به سطحی رسیده که در تاریخ ایالات متحد بی‌سابقه است.[۱۵] در همین حال «شاخص فقر» (بیکاری بعلاوۀ تورم) روزبروز کمتر می‌شود. این شاخص که ابتدا توسط دموکراتها درست شد و در سال ۱۹۸۰ هنگامی که کارتر در انتخابات ریاست جمهوری از ریگان شکست خورد به ۲۰ رسیده بود، در سال ۱۹۸۸ کمتر از ۱۰ بود.[۱۶]

نمونۀ بارز آثار اقتصاد با دستمزد بالا را می‌توان در ماساچوستس سراغ کرد. بین سالهای ۱۹۸۵ و ۱۹۸۷، ایالت ماساچوستس حدود ۷۵٬۰۰۰ شغل تولیدی را از دست داد. نسبت مشاغل از دست‌رفته در این ایالت، پنج‌برابرِ نسبت مشاغل از دست‌رفته در کل کشور بود[۱۷]، ولی نسبت افزایش درآمد سرانۀ ایالت در همان دوره، ۴۰% بیش از نسبت افزایش درآمد سرانۀ کل کشور بود. چرا؟

زیرا در این ایالتِ خلیجی، مشاغل تخصصی مهارت‌طلب با دستمزد بالا رایج شده بود. مضحک است که فرماندار ایالت ماساچوستس در

مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری افسانهٔ مشاغل کم‌دستمزد را پذیرفت، غافل از اینکه بهترین دلایل پوچی این افسانه در ایالت تخصص‌پسند خودش مشهود بود.

طبقهٔ متوسط به کجا می‌رود؟

نتیجه‌گیری از افسانهٔ مشاغل کم‌دستمزد این تصور است که: ثروتمندان دارند ثروتمندتر می‌شوند و فقرا فقیرتر و طبقهٔ متوسط هم روزبروز تحلیل می‌رود. این از آن نظریه‌هایی است که مورد حمایت دیوید گوردون است. دیوید گوردون، در صفحهٔ «چشم‌انداز» واشینگتن‌پست می‌نویسد «مهمترین مسئلهٔ دههٔ ۱۹۸۰ در اقتصاد ایالات متحد، جنگ اقتصادی اغنیا و قدرتمندان است علیه اکثریت امریکاییان».[۱۸] باربارا ارنرایش در مجلهٔ نیویورک تایمز با طرح این سؤال که «آیا طبقهٔ متوسط محکوم به فناست؟»، می‌نویسد «برخی از اقتصادیون حتی پیش‌بینی کردند که طبقهٔ متوسط... بکلی محو خواهد شد و در کشور ما هم، مثل بسیاری از جوامع جهان سوم، یک اقلیت ثروتمند در برابر تودهٔ بسیار فقیر قرار خواهد گرفت.[۱۹]

نویسندگانی مثل گوردون و ارنرایش به تحقیقات «کمیتهٔ اقتصادی مشترک کنگره» ـ همان کمیته‌ای که افسانهٔ مشاغل کم‌دستمزد را شایع کرد ـ استناد می‌کنند. در ژوئیهٔ سال ۱۹۸۹، همین کمیته بر اثر تحقیقی گزارش داد که ثروت طبقات مرفهی که نیم‌درصد افراد جامعه را تشکیل می‌دهند در خلال سالهای ۱۹۶۳ تا ۱۹۸۳ از شاخص ۲۵/۴ به ۳۵/۱ افزایش یافته است.

یک هفته بعد، همان پژوهشگران اعلام کردند که در ارقام اشتباهی رخ داده است و شاخص ثروت طبقهٔ مرفه از ۲۵/۴ به ۲۶/۹ افزایش یافته است و این افزایش از نظر آماری اهمیت چندانی ندارد.[۲۰] با اینکه محققان به اشتباه خود اعتراف و آن را اعلام کردند ولی همان آمار اولیهٔ

غلط، بکرات توسط افرادی نظیر گوردون و ارنرایش منتشر شد.

رابرت اوِری که از اقتصادیون فدرال رزرو است می‌گوید انتقال جزئی ثروت به طرف طبقات مرفه اجتماع تنها «اهمیتی اندک از نظر آماری» دارد، و می‌افزاید «اگر حقوق بازنشستگی جمع‌شده در حساب کارمندان را هم در نظر بگیریم (که معمولاً آن را «ثروت» نمی‌نامند) آن وقت متوجه می‌شویم که آن اندک افزایش در عالم مقایسه نه تنها افزایش نبوده که مختصر کاهشی بوده است.»[۲۱] طبقۀ متوسط را حقوق و مزایای بازنشستگی روزبروز ثروتمندتر می‌کند، و گذشته از آن عوامل دیگری نیز در ثروتمندتر کردن این طبقه دخیل است.

افراد طبقۀ متوسط به رفاه می‌رسند

بنظر می‌رسد گزارشهایی که از اضمحلال و مرگ طبقۀ متوسط می‌دهند اغراق‌آمیز باشد. طبقۀ متوسط اگر هم مرده باشد یقیناً به بهشت رفته است، و به عبارتی دیگر به مرحلۀ بالاتری ارتقاء یافته و داخل طبقۀ مرفه شده است. این واقعیت، محصول مطالعات دو تن از اقتصادیون «دفتر آمار کار» است که در مجلۀ ماهانۀ وزارت کار منتشر شده است.[۲۲]

در سال ۱۹۶۹ می‌توانستیم ۵۸/۸ درصد جمعیت را طبقۀ متوسط بخوانیم (با درآمدی بین ۲۰٬۰۰۰ تا ۵۵٬۹۹۹ دلار). در سال ۱۹۸۶ این درصد کاهش یافت و به ۵۳ درصد رسید. پس بقیه کجا رفتند؟ قدر مسلم اینکه به طبقۀ «فقیر» نپیوستند، چرا که نسبت جمعیت این طبقه هم از ۳۳/۷ درصد به ۳۱/۷ درصد کاهش یافته بود. بله این درصدِ کم‌شده از طبقۀ متوسط به طبقۀ «مرفه» پیوسته‌اند. نسبت خانواده‌های با درآمد سالانه ۵۶٬۰۰۰ دلار یا بیشتر، از ۷/۵ درصد در سال ۱۹۶۹ به ۱۵/۳ درصد در سال ۱۹۸۶ رسیده است و به عبارتی دیگر دوبرابر شده است.

خانواده‌های سیاهپوست و سفیدپوست هر دو دسته در حال ارتقاء

هستند و درآمد متوسطشان بالا می‌رود. بین سالهای ۱۹۸۱ و ۱۹۸۷ نسبت خانواده‌های سفیدپوستی که درآمدشان بیش از ۵۰٬۰۰۰ دلار بود از ۱۸/۲ درصد به ۲۴/۴ درصد افزایش یافت،[۲۳] و در میان خانواده‌های سیاهپوست نسبت خانواده‌های با درآمدِ بیش از پنجاه هزار دلار از ۶ درصد به ۹/۵ درصد رسید.[۲۴]

درآمد زنان شاغل

اگر اغنیا دارند ثروتمندتر می‌شوند، علتش رباخواری و سلف‌خری و فرار از ادای مالیات نیست. علتش این است که میلیونها زن صبح بلند می‌شوند و می‌روند سر کار، و مسلم است که دو درآمد ـو گاهی هم دو درآمد حسابی- بهتر از یک درآمد است.

در سال ۱۹۶۷ فقط ۶/۷ میلیون خانواده بیش از پنجاه هزار دلار در سال (به نرخ دلار سال ۱۹۶۷) درآمد داشتند. در سال ۱۹۸۷ این رقم به ۱۶/۹ میلیون خانواده افزایش یافته بود. این خانواده‌ها شامل زوجهای تحصیلکردهٔ بالای سی و پنج سال است که زن و شوهر هر دو درآمدی دارند. مقاله‌ای در وال‌استریت ژورنال نتیجه‌گیری می‌کند که «اشتغال زنان باعث شده است که میلیونها خانواده با ارتقاء زندگیشان، از طبقهٔ متوسط بالاتر روند.»[۲۵]

عامل ارث

یکی از عوامل عجیبی که بر درآمد اغنیاء افزوده است عامل ارث است. پدر و مادرهای سی چهل سالهٔ امروز بچه‌های جماعتی هستند که اولین طبقهٔ متوسط تاریخ به‌حساب آمده‌اند. آن پدر و مادرها برای این

بچه‌ها میراثی گذاشته‌اند که غالباً به صورت املاک غیرمنقول است، و این منحصر به ایالات متحد نیست. به نوشتۀ اکونومیست «آن نسل از بریتانیاییهایی که اکنون به سن بازنشستگی رسیده‌اند، اولین نسلی بودند که قسمت اعظم پس‌اندازشان را صرف خرید املاک کردند، و روزی که بمیرند این اندوخته به عنوان میراث به فرزندانشان می‌رسد. این رایج‌ترین شیوۀ سرمایه‌گذاری انگلیسی است که قابل تبدیل به پول است.»[۲۶]

سیاهپوستها منفعت می‌برند

اقتصاد اطلاعاتی همانقدر که برای سفیدها مفید واقع می‌شود به نفع سیاهپوستها هم هست. از سال ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۷ درآمد خانواده‌های سیاهپوست ۱۳٪ افزایش یافت، حال آنکه این افزایش برای خانواده‌های سفیدپوست تنها ۱۱/۴ درصد بوده است. سیاهپوستها در امور استخدامی هم توفیق بیشتری کسب کرده‌اند. نسبت استخدامها برای سیاهپوستها ۲۳/۱ درصد و برای سفیدها تنها ۱۱/۲ درصد افزایش نشان داده است. نسبت استخدامی برای پسران سیاهپوست ۳۶/۳ درصد است و حال آنکه همین نسبت در مورد دختران سیاهپوست ۳۸ درصد بوده است.[۲۷]

غالب خانواده‌های سیاهپوستی که بر اثر ازدواج مرد و زنی تشکیل شده است به طبقۀ متوسط پیوسته‌اند. به قول جیمز اسمیت، اقتصاددان عالی مقام شرکت «راند» بیش از سه‌چهارم مردان سیاهپوست درآمدی در حد طبقۀ متوسط یا بالاتر دارند.[۲۸] ماهیت اقتصاد اطلاعاتی ایجاب می‌کند که تحصیلکرده‌ها و آموزش‌دیده‌ها بیش از دیگران منتفع شوند. نسبت رشد قشر فرهیختۀ سیاهپوستان (چه در طبقۀ بالای متوسط و چه در طبقۀ ثروتمند) بیش از رشد طبقۀ متوسط سیاهپوست است.

سالمندان بیشتری به طبقهٔ متوسط می‌پیوندند

سالمندان که روزگاری بخش عمده‌ای از جماعت فقیران را تشکیل می‌دادند، امروزه درآمد سرانه‌ای بالاتر از یک امریکایی متوسط معمولی دارند. میانگین درآمد سرانهٔ سالمندان از سال ۱۹۶۰ دوبرابر شده است. هرچند سالمندان امریکا یک‌ششم جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند ولی ثلث مستملکات خصوصی و ۴۰ درصد دارائیهای اقتصادی کشور به آنان تعلق دارد.

آیا فقرا فقیرتر می‌شوند؟

از هر جنبه که به مسئله بنگریم، ایالات متحد کلاً از نظر مالی وضعیت بهتری از بیست سال قبل دارد. البته این بدان معنی نیست که کاملاً در فقرزدائی موفق شده باشد، اما به‌هرحال ـبه خلاف عقیدهٔ بعضیهاـ فقر «شدیدتر از همیشه» هم نشده است. در سال ۱۹۵۹ تعداد ۲۲/۴ درصد امریکاییها در فقر زندگی می‌کردند. در سال ۱۹۷۳ این میزان به پایین‌ترین حد خود یعنی ۱۱/۱ درصد رسید. در سال ۱۹۸۳ به ۱۵/۲ درصد افزایش یافت، و بعد دوباره شروع به کاهش کرد. از سال ۱۹۸۶ این شاخص دور و بر ۱۳/۵ درصد بوده است. درآمد یک‌پنجم فقیرترینها ـو از آن جمله خانواده‌هایی که نان‌آورشان زنان هستندـ کم نشده و غالباً به همان میزان قبلی باقی مانده است. گرچه وضعشان «بدتر از همیشه» نیست، ولی به‌هرحال این هم خبر چندان افتخارآمیزی بشمار نمی‌رود.[۲۹]

رابرت ساموئلسون ـیکی از اقتصادیونـ گرچه معتقد است فاصلهٔ بین فقر و ثروت را بیش از پیش بزرگ جلوه می‌دهند اما در عین حال

اعتراف می‌کند که «احلام امریکایی در مورد بخش عظیمی از مردم امریکا تحقق‌ناپذیر است.»[۳۰]

توجه بدین نکته روزافزون است که علت اصلی فقر را باید در خانواده‌های ناموفق از هم پاشیده جستجو کرد. بیش از یک‌سوم از ۱۰/۴ میلیون خانواده‌ای که نان‌آورشان زنان هستند، در طبقۀ فقرا قرار دارند. وقتی دو نفر با هم ازدواج می‌کنند، همۀ سعی بی‌دریغشان متوجه این هدف است که گرفتار فقر نشوند.[۳۱] در حدود ۹۴٪ زوجهایی که ازدواج کرده و خانواده تشکیل داده‌اند فقیر نیستند. در اوایل دهۀ هفتاد از هر ۹ خانواده یک خانواده را زنی سرپرستی می‌کرد، ولی با آغاز دهۀ ۱۹۸۰ شمار مادران ازدواج‌نکرده بسرعت فزونی گرفت. امروزه از هر شش خانواده، یک خانواده تحت سرپرستی مادری مجرد است؛ و در مقایسه با سال ۱۹۷۹ که ۴/۱ میلیون خانوادۀ فقیر اولاددار وجود داشت، امروز شمار این‌گونه خانواده‌ها به ۵/۵ میلیون رسیده است، و این بدان معنی است که فقرا غالباً کودکان هستند.

درواقع تمامی افراد صاحب‌نظر متفق‌القولند که سیاست تأمین اجتماعی کارساز نبوده است و رشد اقتصادی هم تاکنون کمکی به فقرا نکرده است. ساموئلسون که سخنگوی جناح مخالف درین مناقشۀ ایدئولوژیکی است می‌نویسد «هر غنای عمومی آبستن فقری طاقت‌فرساست»» و می‌افزاید «رشد اقتصادی با همۀ قدرتی که دارد دوای تمام دردها نخواهد بود؛ نمی‌تواند کارگران ساده را به مهندس یا تکنیسین تبدیل کند... و خانواده‌ای ازهم‌پاشیده را سر و سامانی دهد یا جرائم را از بین ببرد.»[۳۲]

مسئلۀ دشوار این است که چگونه می‌توان فقرا را جذب جریان اصلی ترقی جامعه کرد. همانطور که متخصصان جامعه‌شناسی آزموده‌اند این کاری دشوار و احتمالاً در مواردی ناممکن است. آنچه از دشواری این عمل می‌کاهد عبارت است از کمبود کارگر در دهۀ ۱۹۹۰ و جذب بیکاران بهره‌مند از صندوقهای تأمین اجتماعی به بازار کار که در فصل پنجم همین

کتاب مورد بحث قرار گرفته است.

تحول دستمزدها همگام با اقتصاد اطلاعاتی

بررسی دستمزدها در طول پانزده سال گذشته همسو با گرایش از اقتصادی صنعتی به اقتصادی اطلاعاتی است. در سال ۱۹۷۳، میانگین درآمد مردهای ۳۵ تا ۴۴ ساله ۲۶٬۰۲۶ دلار بود، و مردهای بین ۴۵ تا ۵۴ ساله ۲۵٬۷۱۸ دلار درآمد داشتند.[۳۳]

این سال ۱۹۷۳ که درست قبل از شروع بحران نفتی اوپک و تورم ناشی از آن، و در طلیعهٔ ظهور ژاپن بعنوان یک قدرت اقتصادی برجسته قرار دارد مبداء جهشهاست. درواقع سال ۱۹۷۳ آخرین سال شکوفایی دورهٔ صنعتی است و مقارن زمانی که اتحادیهٔ کارگری به اوج قدرت امتیازگیریها رسیده است.

بعد از آن سال سرنوشت‌ساز، درآمدهای مردان بطور قابل توجهی تنزل کرد؛ اما در سال ۱۹۸۵ این درآمدها بار دیگر به همان سطح سال ۱۹۷۳ رسید. در سال ۱۹۸۵ مردان ۳۵ تا ۴۴ ساله ۲۵٬۸۸۶ دلار درآمد داشتند که تنها اندکی از درآمد سال ۱۹۷۳ کمتر بود؛ و مردان ۴۵ تا ۵۴ ساله ۲۶٬۷۰۲ دلار درآمد داشتند که هزار دلار بیشتر از درآمد همین گروه در سال ۱۹۷۳ بود.

با مقایسهٔ درآمد مردان و زنان، متوجه روال جالب توجهی می‌شویم و آن اینکه درآمد زنان، چون درآمد مردان، دستخوش نوسانها نشده و به شیوهٔ آهسته و پیوسته‌ای به سیر صعودی خود ادامه داده است. در سال ۱۹۷۳، زنان ۳۵ تا ۴۴ ساله درآمد متوسطی معادل ۱۳٬۶۷۳ دلار داشته‌اند و در سال ۱۹۸۵ درآمدشان افزایش یافته و به ۱۶٬۱۱۴ دلار رسیده است، که گرچه هنوز مبلغی کمتر از درآمد مردان است، اما همچنان به سیر صعودیش ادامه می‌دهد؛ و این بدان علت است که زنان در دورهٔ اقتصاد صنعتی هیچ وقت در جمع کسانی که با تصویب اتحادیه دستمزدهای

بالائی دریافت می‌داشتند، تعداد قابل توجهی بشمار نمی‌آمدند، اما در اقتصاد اطلاعاتی دوسوم تمام مشاغل جدید را به خود اختصاص داده‌اند.

پیشرفت در اقتصاد با دستمزد بالا

شکی نیست که مزد مردان کارگر تحصیل‌نکردۀ عاری از مهارت فنی پایین است. در سال ۱۹۸۷ میانگین درآمد برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ۳۱٬۳۷۱ دلار و برای فارغ‌التحصیلان دبیرستانی ۲۰٬۳۱۴ بود.[۳۴] در سال سرنوشت‌ساز ۱۹۷۳، نسبت بیکاری برای مردان تحصیل‌نکرده سه‌برابر فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بود. قبل از آنکه اقتصاد اطلاعاتی واقعاً پا بگیرد، تحصیلکرده‌ها سرشان بی‌کلاه مانده بود و داستانهایی از قبیل رانندۀ تاکسی‌شدن فارغ‌التحصیلان دانشگاهی بر سر زبانها بود.

ولی در جامعۀ اطلاعاتی امروز، این افراد غیرفنی عاری از مهارتند که در صف بیکاران به انتظار ایستاده‌اند. میزان بیکاری درَ میان دانشگاه‌دیده‌ها (که یک‌چهارم کل کارگران امریکا را تشکیل می‌دهند) معادل ۱/۷ درصد است. این میزان برای افرادی که یک تا سه سال از دورۀ دانشگاهی را گذرانده‌اند معادل ۳/۷ درصد، و برای فارغ‌التحصیلان دبیرستانی ۵/۴ درصد است. میزان بیکاری در بین افرادی که دبیرستان را تمام نکرده‌اند ۹/۴ درصد است؛ که این رقم تقریباً شش‌برابر میزان بیکاری در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است.[۳۵] امروزه تقریباً نیمی از افراد بزرگسال حداقل در کالجی مشغول تحصیلند، حال آنکه آمار این طبقه در دهۀ ۱۹۵۰ یک‌چهارم کل جمعیتشان بود.

در بین آن خانواده‌هایی که سالانه ۷۵٬۰۰۰ دلار یا بیشتر درآمد دارند، دوسومشان خانواده‌هایی هستند که سرپرستشان فارغ‌التحصیل دانشگاهی است.

می‌گویید در امریکای صنعتی، بودند مردان سفیدپوست تحصیل‌نکردۀ بی‌مهارتی که درآمدی در همین حدود داشتند؟ مسئولیت صحت

و سقمش با خودتان، اما هرچه هست عمر آن دوره دیگر سر آمده است.

تلاشهای مورد نیاز اقتصاد مزد بالا

اگر جامعهٔ صنعتی «دنیای مردان» بود، جامعهٔ اطلاعاتی درهای خود را به روی همهٔ افراد تحصیلکرده و آموزش‌دیده ـچه مرد و چه زن‌ـ گشوده است. این سیستم اقتصادی همچنین طالب مهاجران هوشمند و جاه‌طلب و دیگر افراد متهوری است که می‌توانند با مشاغل خدماتی کار خود را شروع کنند، آن هم نه با حقوق سالانهٔ هفت‌هزار دلار، بلکه با دستمزد ساعتی ۷ دلار؛ و اگر صاحب تجربهٔ قبلی باشند ساعتی ۱۰ دلار داشته باشند. چه تفاوت فاحشی دارد وضع این مهاجران جدید نسبت به مهاجران قبلی که مجبور بودند در کارخانه‌های امریکای صنعتی عرق بریزند.

پس، مسئله، مسئلهٔ مشاغل سطح پایین و مزدهای اندک و «مرگ طبقهٔ متوسط» نیست، بلکه موضوع اصلی تواناییهای بالقوهٔ هر فرد است برای بهتر زیستن. مسئلهٔ اصلی این است که چگونه می‌توانیم با کمک تعلیم و تربیت، افراد واجد شرایطی را برای این همه مشاغل آماده کنیم.

ما به اندازهٔ کافی آدم تحصیلکرده و صاحب مهارتهای حرفه‌ای و تکنیکی برای دو میلیون مشاغل تازهٔ مدیریتی و اجرایی و فنی که سالانه ایجاد می‌شود نداریم. برای جبران این کمبود چاره‌ای نیست جز شل‌کردن قیود مهاجرتی و پذیرفتن انبوه مردمی که از اروپای غربی (مادام که به دوران رونق و شکوفایی اقتصادی قدم ننهاده است) مشتاق مهاجرت به کشور ما هستند. امریکا برای تأمین نیروی انسانی مورد نیاز اقتصاد اطلاعاتی راهی جز این ندارد.

و بالاخره اینکه ۱۲۰ میلیون نیروی کار امروزۀ امریکا باید با آموزشهای مداوم سطح مهارت خود را به‌حدی برسانند که مورد نیاز دهۀ ۹۰ است. برای تبدیل سیستم اقتصادی مبتنی بر کمپانیهای امریکائی به اقتصادی اطلاعاتی که غیرمتمرکز است و منطبق با سلیقۀ مشتری، به تلاش نیروهای عظیم انسانی نیاز است. بله، اینهاست گامهائی ضروری برای امریکائی که می‌خواهد در اقتصاد شکوفای جهانی حضوری کامل و مؤثر داشته باشد. با پیدا شدن بازارهای تازه و در مقابل بازار واحد و یکپارچۀ اروپا و همچنین رقیبان تازه‌ای که از کشورهای آسیائی قدم به صحنه می‌گذارند، شرکتهای سهامی نیازمند افرادی هستند که به کمک ذهنی انتقادی و با تنظیم خط‌مشیی درست بتوانند خود را با تغییرات تازه وفق دهند. این است هدف اصلی جدالها و تلاشهای عصر اطلاعاتی. بیاییم آن را درک کنیم و برای همیشه بپذیریم که اقتصاد اطلاعاتی همان اقتصاد دستمزد بالا است.

سال ۱۹۹۲

معروف است که اروپا، امریکا را کشف کرد، اما اکنون در سال ۱۹۹۲ یعنی پانصد سال بعد از کشف امریکا، این اروپا است که اروپا را کشف می‌کند.

پایان سال ۱۹۹۲، ضرب‌الاجلی است برای تشکیل اروپای بدون مرز، روزی است که دوازده کشور عضو جامعۀ اروپا*، مرزهای گمرکی را که روزگاری برای حفظ اقتصاد و تجارت خودشان در مقابل یکدیگر برپا کرده بودند فروخواهند ریخت و اروپایی بوجود خواهند آورد با دروازه‌های باز، اروپائی که همۀ مرزها و حصارهایش برای عبور و مرور

* دانمارک، ایتالیا، هلند، اسپانیا، فرانسه، بریتانیا، ایرلند، پرتغال، آلمان، بلژیک، یونان، لوگزامبورگ.—م.

مردم و کالاها و خدمات و پولهای این دوازده کشور گشوده است.

سال ۱۹۹۲ یعنی چه؟

* سال ۱۹۹۲ یعنی اینکه فلان وکیل دعاوی یونانی می‌تواند دفتری در کپنهاگ باز کند و فلان شرکت کفاشی اسپانیایی می‌تواند بدون کوچکترین دردسری فروشگاهش را در دوبلین افتتاح نماید.
* ۱۹۹۲ یعنی اینکه تجار و بازرگانان امریکایی یا ژاپنی می‌توانند با یک بار عبور از دروازهٔ گمرک یکی از این دوازده کشور عضو جامعهٔ اروپا، بدون هیچ دردسر و تشریفاتی به یازده کشور دیگر هم قدم گذارند.
* ۱۹۹۲ یعنی اینکه فلان بانک پرتغالی می‌تواند به عنوان سهامداری تازه در صنایع مد پاریس شریک شود.
* ۱۹۹۲ یعنی به همان سهولتی که مردم ایالات مختلف امریکا می‌توانند به هر ایالتی بروند و در هر ایالتی مدیر و سهامدار شرکتی باشند، مردم کشورهای دوازده‌گانه نیز می‌توانند در کشورهای دیگر دارای همان حقوق و مزایا باشند.
* ۱۹۹۲ یعنی ایجاد بازار کاری سرتاسری در جامعهٔ اروپا برای همهٔ متخصصان و تکنیسینها و کارگران ماهر.
* ۱۹۹۲ یعنی سال هجوم آوردن معامله‌گران رقابت‌پیشه از اکناف جهان به دروازه‌های اروپا برای ایجاد ارتباطها و تنظیم قراردادها و معاملات کالاهای عمومی.
* ۱۹۹۲ یعنی سالی که از نرخ سنگین بلیطهای هوایی برای مسافرت بین کشورهای اروپایی کاسته می‌شود و به همان سطحی می‌رسد که امروزه فی‌المثل برای بلیط نیویورک-شیکاگو می‌پردازند.

* ۱۹۹۲ یعنی کامیونی که از دانمارک به ایتالیا می‌رود و میانگین سرعت امروزه‌اش به علت بازرسیهای مرزی بیست مایل در ساعت است، می‌تواند فارغ از تشریفات و بازرسیهای مرزی بی‌وقفه به راه خود ادامه دهد و بدین ترتیب زمان و هزینهٔ سفر و حمل بار به نصف تقلیل یابد.
* ۱۹۹۲ یعنی توسعهٔ ارتباطات بیشتر پان‌اروپایی و کاهش احساسات ملی متعصبانه.
* ۱۹۹۲ یعنی اینکه حمل کالا و سفر مردم از فرانسه به آلمان به همان سهولتی خواهد بود که از کالیفرنیا به یکی دیگر از ایالتهای امریکا.
* ۱۹۹۲ یعنی اینکه دیگر کمپانی فورد نمی‌تواند همان اتومبیلی را که در بریتانیا ده‌هزار پوند می‌فروشد در بلژیک هشت‌هزار پوند بفروش برساند.
* ۱۹۹۲ یعنی هر شرکتی در هر کشوری از اعضای جامعهٔ اروپا می‌تواند در کشورهای دیگر عضو این جامعه همان فعالیتها و آزادیهایی را داشته باشد که در کشور خودش دارد.
* ۱۹۹۲ یعنی سال برچیدن «فری‌شاپها» (فروشگاههای بی‌گمرک و مالیات) برای کسانی که در کشورهای اروپایی سفر می‌کنند، زیرا دیگر مفهوم «بین‌المللی» بر این اجناس و فروشگاهها صدق نخواهد کرد.
* ۱۹۹۲ یعنی اینکه یک بارنامهٔ واحد جانشین هفتاد نسخه گواهیهای گمرکی معمول در کشورهای عضو جامعهٔ اروپا خواهد شد.
* ۱۹۹۲ یعنی سالی که برای سفر بین کشورهای جامعهٔ اروپا نیازی به ارائهٔ گذرنامه نیست و پاسپورت اروپائی نام کشورهای دوازده‌گانه را تحت‌الشعاع قرار خواهد داد.
* ۱۹۹۲ یعنی اینکه یک دانشجو می‌تواند دانشگاه محل تحصیلش

را به میل خود انتخاب کند و اطمینان داشته باشد که مدرکش را در تمام دوازده کشور عضو جامعه قبول خواهند کرد.

* ۱۹۹۲ یعنی اروپاییها مختار خواهند بود در هر یک از کشورهای جامعه که دلشان می‌خواهد کار و زندگی و اقامت کنند.

* ۱۹۹۲ یعنی اینکه یک ساعت یا یخچال یا اتومبیل، با داشتن تضمین‌نامه‌ای که در سرتاسر جامعه معتبر است در هر جا که باشد تعمیر خواهد شد، بی آنکه بپرسند در کدام کشور خریداری شده است.

* ۱۹۹۲ یعنی بالا گرفتن رقابت بیشتر در تمامی سطوح بازاری واحد و در نتیجه ایجاد امکاناتی فراوان برای خرید کالائی ارزان‌تر با کیفیتی بهتر و خدماتی مطمئن‌تر.

و بطور خلاصه، ۱۹۹۲ یعنی سالی که کشورهای عضو جامعهٔ اروپا تبدیل به چیزی می‌شوند مثل ایالات متحد، منتها با حکومتهای متفاوت.

تحولات سال ۱۹۹۲ دارای سه جنبهٔ مهم است:

(۱) یکی اینکه عکس‌العملی است در مقابل رقابتهای اقتصادی فزایندهٔ امریکای شمالی (اعم از ایالات متحد و کانادا) و نیز رقابتهای اقتصادی حوزهٔ اقیانوس آرام به رهبری ژاپن. هیچ‌یک از این دوازده کشور، منفرداً نمی‌تواند در صحنهٔ اقتصاد با چنین غولهائی روبرو شود، ولی وقتی که با هم متحد شوند می‌توانند بزرگترین قدرت اقتصادی جهان را تشکیل دهند.

(۲) دیگر آنکه این تحولات نمونه‌ای است از تمایل جهانیان به تحقق تجارت آزاد جهانی، تمایل دیرینهٔ قدرتمندی که در مقابلش اقتصاد حمایت‌شدهٔ ملی، ناتوان و ناپایدار است.

(۳) و تمامی این تحولات، زمانی در شرف وقوع است که ممالکی از قبیل لهستان و مجارستان و کشورهای حوزۀ بالتیک و دیگر کشورهای اروپای شرقی می‌کوشند تا بار دیگر عضوی از اروپای آزاد باشند، زمانی که وحدت دو آلمان ممکن بنظر می‌رسد؛ و در همچو شرایط و احوالی جای تعجب است اگر برخی از کشورهای عضو جامعۀ اروپا درصدد امضای موافقت‌نامه‌های تجاری جدیدی با اروپای شرقی برنیایند.

مجامع قانونگذاری و دادگاهها

در سال ۱۹۸۵ کمیسیون اروپایی پیشنهادی داد برای وضع قوانین واحدی که مشتمل بود بر سیصد ماده برای از میان برداشتن موانع فیزیکی و مالی و تکنیکی در راه مبادلۀ کالا و خدمات بین دوازده کشور عضو فعلی جامعۀ اروپا. شورای وزیران تاکنون یک‌سوم این مواد را تصویب کرده است. برخی از این مواد مصوب قبل از سال ۱۹۹۲ به مورد اجرا گذاشته می‌شود، و برخی دیگر ممکن است بعد از سال ۱۹۹۲ به مورد اجرا گذاشته شود. خاصیت این قوانین ازهم‌پاشاندن انبوه مقررات و ضوابطی است که زاییدۀ اقتصاد عصر ماست. قوانین تازه «در حکم داروی بدیعی است که کشورهای اروپایی چاره‌ای ندارند جز اینکه مثل هر بیمار حرف‌شنوی آن را قورت بدهند، و گرچه طعم و مزماش باب طبعشان نباشد.»[۳۶]

بسیاری از تغییر و تحولات در اروپای یکپارچه از طریق دادگاهها عملی خواهد شد. درواقع این روند، یک دهۀ قبل با قضیۀ معروف ریو سنترال (Reive Zentral) شروع شده بود. ریوسنترال یک کمپانی ناشناخته در آلمان غربی بود که می‌خواست لیکوری به نام «کرم دکاسیس» را که از کشمش سیاه تولید شده بود وارد کند. دولت آلمان غربی با وارد کردن این مشروب مخالفت کرد، زیرا از نظر دولت این

مشروب آنقدر الکل نداشت که بشود آن را طبق استانداردهای آلمانی یک لیکور بحساب آورد. شرکت دست به اقدامات قانونی زد و کار به دادگاه اروپایی در لوکزامبورگ کشید، یعنی همان دادگاهی که بخشی از تحولات سال ۱۹۹۲ را برعهده دارد. دادگاه حکم داد که دولت آلمان غربی حقی ندارد با ورود مشروبی مخالفت کند که در فرانسه در معرض فروش است، مگر آنکه این مشروب برای سلامت مصرف‌کنندگان زیانبار باشد؛ که البته لیکور مورد نظر چنین نبود. آن اصل قضائی که حکم دادگاه بر اساس آن صادر شده است همان اصلی است که در اروپای واحد مورد استناد و عمل خواهد بود.

مقایسه با بازار امریکا

ایالات متحد ـ جایی که بین ایالات مختلفش مبادلهٔ کالا و مسافرت مردم به آزادی جریان دارد ـ سرمشقی بوده است برای تأسیس جامعهٔ اروپائی، اگرچه نمی‌تواند نمونه و سرمشق کاملی باشد زیرا مثلا:

* ایالات متحد تا سال ۱۹۸۰ موانع حمل و نقل با کامیون را بین ایالات لغو نکرده بود و هنوز هم در ۴۳ ایالت برای کامیونداران محدودیتهایی وجود دارد.
* ایجاد شعب بانکهای هر ایالت در ایالات دیگر ممنوع است.
* مالیات خرید اجناس در ایالات مختلف از صفر تا ۹٪ نوسان دارد.
* بیست ایالت، امتیازها و مقرراتی برای ترویج محصولات محلی خودشان وضع کرده‌اند.

ولی وجود مسائلی از این قبیل نتوانسته است مانع آن شود که ایالات متحد به صورت بازاری یکپارچه درآید؛ بازاری که از مشخصات

عمده‌اش رواج زبان واحد و پول واحد است، همان چیزی که بخشی از اهداف اروپای متحد سال ۱۹۹۲ را تشکیل می‌دهد.

خدمات مالی، عاملی تعیین‌کننده

تا سال ۱۹۹۲ تمامی کنترلهای سرمایه‌ای و ارزی از میان برداشته خواهد شد. مؤسسات خدمات اقتصادی ـ‌از قبیل بانکها و سازمانهای اعتباری و شرکتهای بیمه‌ـ آزادانه در سطح قارۀ اروپا به رقابت خواهند پرداخت. اوج گرفتن فعالیت سازمانهای اقتصادی نتایجی همراه دارد از قبیل: بکار افتادن و انتقال آزادانۀ سرمایه‌ها، آزادی عرضۀ خدمات بانکی و ایجاد مؤسسات اقتصادی برای افراد هر یک از کشورهای دوازده‌گانه در دیگر کشورهای عضو جامعه.

اکنون شورای وزیران مشغول بررسی طرحی است برای صدور نوعی حوالۀ بانکی که در سرتاسر جامعۀ اروپایی معتبر باشد. درواقع بانکداری جهان دارد خود را با ضوابط بانکداری جامعۀ اروپائی منطبق می‌کند و به همین دلیل سهولت عملش بمراتب از بانکداری امریکا بیشتر است، چه از نظر جغرافیایی و چه از نظر ارزش خدماتی که ارائه می‌دهد. این طرح، کارمزد خدمات مختلف بانکی را به‌طرز چشمگیری کاهش خواهد داد. مؤسسۀ مالی «پرایس واترهاوس» احتمال داده است قیمت خدمات بانکی تا ۱۴٪ در ایتالیا، و ۱۲٪ در فرانسه و ۱۰٪ در آلمان غربی و ۷٪ در انگلستان کاهش یابد.

ولی وضع فعالیت بانکهای غریبه در اروپای متحد چگونه خواهد بود، آیا آنها هم می‌توانند وارد این جریان شوند؟ مثلاً فلان بانک کرۀ جنوبی با تأسیس شعبه‌ای در لوکزامبورگ آیا می‌تواند آزادانه در دیگر کشورهای عضو جامعه فعالیت کند؟ احتمال این اندک است. تاکنون هر یک از کشورهای عضو دربارۀ روابطش با دیگر ممالک جهان مستقلاً تصمیم گرفته است و این روند احتمالاً ادامه خواهد یافت.

امروز، یک ایتالیایی یا فرانسوی، قانوناً حق باز کردن حسابی در بانکهای خارج از کشور متبوعش را ندارد ولی تا پایان سال ۱۹۹۰ این افراد قانوناً حق چنین کاری را در هشت تا از دوازده کشور عضو جامعه بدست خواهند آورد، اما در چهار کشور دیگر ـاسپانیا، پرتغال، ایرلند، یونان ـ این امر تا سال ۱۹۹۲ معوق خواهد ماند. روند کلی این است که شیوهٔ بانکداری تجاری در کشورهای عضو جامعهٔ اروپا یکسان شود، اما بانکداری مصرفی در هر کشور وضع خاص ملی خود را داشته باشد.

وضع بازارهای سهام چه خواهد بود؟ با اینکه لندن مهمترین بازار بورس اروپا را دارد ولی غالب شرکتهای اروپایی ترجیح می‌دهند معاملاتشان را در بورسهای محلی خودشان انجام دهند. این وضع احتمالاً عوض می‌شود، زیرا دیگر بازارهای محلی نمی‌توانند جولانگاه مناسبی باشند برای بلندپروازیهای بورس‌بازان عمده.

در اروپا باید منتظر بازار آزادی باشیم با تسهیلات فوق‌العاده. هر اتفاقی که بیفتد، سال ۱۹۹۲ سال تحقق برنامه‌های استراتژیک اقتصاد اروپا خواهد بود.

ژاپنیها می‌کوشند تا قبل از ۱۹۹۲ اروپاییهای خوبی بشوند!

شرکتهای ژاپنی گرم تلاشی فوق‌العاده‌اند تا قبل از رسیدن سال ۱۹۹۲ فعالیتهایشان را در اروپا گسترش دهند و چهرهٔ خوبی از خودشان در ذهن اروپائیان ترسیم کنند. آنها تحقیقات و فعالیتهای خود را در این زمینه افزایش داده‌اند و می‌کوشند که نیروی تصمیم‌گیرندهٔ بیشتری را به اروپا انتقال دهند. همهٔ این زحمات را به جان می‌خرند چون بخوبی می‌دانند که جامعهٔ مشترک اروپا از سال ۱۹۹۲ بیش از پیش درصدد حمایت از اقتصاد خود برخواهد آمد، و ژاپنیها نمی‌خواهند احتمالاً پشت درهای بستهٔ این جامعهٔ یکپارچهٔ مشترک بمانند.

علاوه بر آن چیزی که توجه ژاپنیها را بیش از پیش به خود معطوف داشته است اقدامات دو سالۀ اخیر کمیسیون اروپایی برای تحریم خرید کالاهای کم‌دوام و ارزان‌قیمت وارداتی است؛ و ژاپنیها خوب می‌دانند که اگر بخواهند به بازار عظیم اروپا راه پیدا کنند کالاهایشان نباید برچسب «ساخت ژاپن» داشته باشد.

هدف کمپانی دوربین‌سازی کانن ژاپن آن است که محصولاتش را از قطعات ساخته‌شده در اروپا تهیه کند. رئیس کمپانی کانن -ریوزابورو کاکو- می‌گوید: «برنامۀ ما این است: بکوشیم تا آنجا که امکان دارد مواد اولیۀ تولیداتمان را از بازارهای اروپائی تأمین کنیم.»

کاکو شدیداً معتقد است که کمپانی کانن باید منافعی هم به محل استقرارش برساند. او با تواضع یک شهروند خوب اروپایی می‌گوید «مثلا ما خیال نداریم سود حاصله از کارخانه‌مان در فرانسه را به ژاپن برگردانیم، ما می‌خواهیم کمپانی کانن در فرانسه یک شرکت فرانسوی باشد و مثل یک شرکت فرانسوی مالیات بپردازد و سود حاصله را صرف سرمایه‌گذاری مجدد کند. اگر بخواهیم کارمان بین‌المللی باشد باید این رویه را در پیش گیریم.»

قریب‌الوقوع بودن سال ۱۹۹۲ جو سیاسی تازه‌ای بوجود آورده است، بدین معنی که کار ادغام شرکتهای خارجی و داخلی و فروش سهام شرکتهای داخلی به خارجیها در پرتو وحدت اقتصادی اروپا رونق و سرعت گرفته است. کارهائی که تا همین چند سال پیش از طرف دولتها ممنوع اعلام شده بود.

ادغام کمپانیهای «آسه آ»ی سوئدی و «براون باوِری» سویسی در سال ۱۹۸۷ روشنگر و نمودار این روند تازه بود و نمونۀ مهمی از راه یافتن یک شرکت به داخل جامعۀ مشترک. هم‌اکنون کمپانی جدید «آ‌ب‌ب» (تشکیل شده از ادغام دو کمپانی مذکور) حضور قدرتمندی در جامعۀ مشترک دارد و آن هم از طریق یک شرکت آلمانی که تحت ادارۀ «آ‌ب‌ب» است (زیرا سوئد و سویس عضو جامعۀ مشترک اروپا

نیستند). «آسه آ» دفاتر اصلیش را به سویس منتقل کرده است و «آ ب ب» که از ادغام کمپانیها بوجود آمده است کار تحقیقات در سه مرکز را رهبری می‌کند که عبارتند از واستراس در سوئد که مقر سابق شرکت «آسه آ» بود و هایدلبرگ در آلمان غربی و بازل در سویس.

حصن حصین اروپا

بسیاری از امریکائیها و ژاپنیها و شورویها بیم آن دارند که جامعهٔ مشترک اروپا به صورت دژ نفوذناپذیری درآید در مقابل ورود کالاهای خارجی. و حال آنکه مسئولان جامعهٔ مشترک اروپا بعنوان بزرگترین مجمع تجارتی جهان، حقاً معتقدند که جلوگیری از ورود کالاهای خارجی «دیوانگی» است.

شاید کشورهائی نظیر فرانسه و ایتالیا و اسپانیا با سوابق حمایتهایشان از صنایع داخلی انتظار داشته باشند که جامعهٔ مشترک هم سیاست حمایت از کالاهای داخلی را انتخاب کند، ولی آلمان غربی و بریتانیا و دیگر کشورهای شمالی با سوابق تجارتی آزادشان قطعاً از سیاست دروازه‌های باز در اروپای واحد حمایت خواهند کرد.

فرانسه و ایتالیا سال به سال از تعداد اتومبیلهای وارداتی ژاپنی می‌کاهند، آن هم تحت عنوان «اعمال محدودیت داوطلبانه». تمامی کشورهای جامعهٔ اروپا محدودیتهایی برای ورود جینهای امریکایی و تی‌شرتهای آسیایی اعمال کرده‌اند، و گوشت گوسفند ارزانی که بریتانیا از زلاندنو وارد می‌کند در دیگر کشورها راهی به بازار ندارد.

خانم تاچر نسبت به تجارت آزاد سختگیریهائی دارد، می‌گوید «درحالی که فلسفهٔ ایجاد جامعهٔ واحد اروپائی این است که محدودیتهای تجارتی به نفع تشکیل بازار مشترک بکلی برداشته شود، این نوعی ریاکاری است اگر به محدودیتی بمراتب وسیع‌تر روی آوریم.»

تأثیرات سیاسی

تحولات ۱۹۹۲ ریشهٔ اقتصادی دارد. این تحولات واکنشی است در برابر رقابتهای جهانی بخصوص از جانب ژاپن و ایالات متحد. گرچه برخی از دول اروپایی -و بیش از همه فرانسه- به شیوه‌ای رمانتیک از چشم‌انداز سیاسی یک اروپای بدون مرز سخن می‌گویند، ولی واقعیت این است که سیاست دیگر عامل متغیری نیست که تحولاتش را به دنبال داشته باشد، بلکه سیاست خود تابعی از تحولات اقتصادی شده است. قدرت سیاسی تحت تأثیر قدرت پول و بازار قرار گرفته است. بیشتر دولتها به سختی می‌کوشند تا خود را با قبض و بسط تحولات اقتصادی همگام کنند.

کمیسیون اروپایی که مقر آن در بروکسل است نیز احتمال نمی‌رود که نقشی مهمتر از پیشبرد سیاستهای رقابت و ادغام داشته باشد. ولی ژاک دولور، رئیس کمیسیون اروپایی فکر می‌کند که تا پایان سال ۱۹۹۰ لزوم وجود شکلی از یک دولت اروپایی احساس خواهد شد (و خانم تاچر هم تسلیم می‌شود و درصدد به کرسی نشاندن حرف خود برنمی‌آید).

بروکسل اکنون می‌تواند قدرت خود را بر سیاست تجاری و حقوق گمرکی و کشاورزی و سیاست رقابتی اعمال کند. دولور می‌گوید: «تا ده سال دیگر هشتاد درصد قوانین و مقررات اقتصادی -و شاید حتی اجتماعی و مالیاتی هم- توسط همین کمیسیون تنظیم و تصویب خواهد شد.»

و در پاسخ این سؤال که: آیا تشکیل جامعهٔ اروپا گامی است بسوی وحدت سیاسی و تبدیل شدن کشورهای اروپائی به ایالاتی متحد؟، قاطعانه می‌گوید: نه! و مسلماً در یک آیندهٔ قابل پیش‌بینی پاسخ این سؤال همچنان منفی خواهد بود. گرچه در فرانسه و آلمان برخی طور دیگری فکر می‌کنند، ولی واقعیت این است که در نظر بیشتر اروپاییها

تحولات سال ۱۹۹۲ وسیله‌ای است برای ثروتمندتر شدن ایشان.

تحولات سال ۱۹۹۲، نوعی بیمه‌نامه است برای تضمین حیات دموکراسیهای باثبات و اهل تسامح. در اروپای متحد هر دولتی که رو به استبداد کمونیستی یا فاشیستی آورَد بازندهٔ اصلی خواهد بود، زیرا طبق پیش‌بینی اکونومیست «در همان نخستین ساعات روی‌کار آمدن چنین دولتی، نصف ثروت ملی با استفاده از ارتباطات گسترده به خارج از کشور منتقل خواهد شد.»

مسائل و مشکلات

شکی نیست که تحولات سال ۱۹۹۲ به نرمی و راحتی صورت نخواهد گرفت. در این رهگذر مشکلات و مسائلی پیش خواهد آمد، از این قبیل:

* فرانسه و بریتانیا و هلند نگران آن هستند که از میان برداشتن بازرسیهای مرزی تواناییشان را در مبارزه با تروریسم و قاچاق مواد مخدر کاهش دهد.
* دانمارک اصرار دارد که مقررات آزادی عبور و مرورش را با دیگر کشورهای شمالی حفظ کند؛ و این بدان معناست که یک فنلاندی یا سوئدی می‌تواند به کپنهاگ برود و سپس از آنجا آزادانه وارد هر یک از یازده کشور عضو جامعه شود.
* از جنبهٔ سیاسی هم، بازار واحد مخالفانی دارد. حزب سبز آلمان غربی پیش‌بینی می‌کند که تشکیل بازار واحد ممکن است به محیط زیست صدمه بزند و «قویها برنده بشوند و ضعیفان بازنده.»[۳۷]
* مشکلات اختلاف زبانها براحتی قابل حل نیست. بعد از سال

۱۹۹۲ هیچ‌یک از نه زبان رایج در بین کشورهای عضو جامعه در مقابل رقیبان عقب‌نشینی نخواهد کرد.

* هم‌اکنون واحد پول مشترکی در اروپا وجود ندارد. آیا بعد از سال ۱۹۹۲ در جامعۀ اروپا پول یکسانی به جریان خواهد افتاد؟ این موضوع در برنامه نیست و بعید است در قرن حاضر تحقق یابد.

ضوابط و استانداردهای صنعتی و تکنیکی هم موانع دست و پاگیری هستند. در ایتالیا قانونی دارند به عنوان قانون «خلوص» که می‌گوید خمیر «پاستا» را باید از نوع اعلای گندم تهیه کرد نه از گندم نوع ارزان‌تر. ایتالیاییها باید «پاستای واقعی» بخورند. به عبارت دیگر کسی نمی‌تواند پاستای ارزان در ایتالیا عرضه کند.

به دلیل عدم وجود استانداردهای یکسان، قیمت لوازم تلفن در آلمان غربی دوبرابر فرانسه است. هزینۀ نصب هر خط تلفن در اروپا از ۲۲۵ دلار تا ۵۰۰ دلار متغیر است و حال آنکه در همۀ ایالات امریکا ـ به برکت ضوابط یکسان ـ مخارج نصب هر خط تلفن فقط ۱۰۰ دلار است. کشورهای اروپائی باید به قانون استاندارد یکسانی گردن نهند تا بتوانند از نظر اقتصادی با ایالات متحد و ژاپن و کانادا رقابت کنند.

ولی مشکل‌ترین مسئله، موضوع مالیاتهاست. هیچ کشوری دوست ندارد که سیاست مالیاتیش را کشور دیگری تعیین و تدوین کند. این مسئله با حاکمیت ملی سر و کار دارد. تشکیل بازار واحد اروپا، لازمه‌اش کاهش شدیدی است در اختلاف نرخهای مالیاتی ارزش افزوده در کشورهای عضو جامعۀ مشترک، و این بدان معناست که برخی از دول اروپایی باید کاهش شدید درآمدهای مالیاتی‌شان را قبول کنند تا بتوانند در زمینۀ نرخهای مالیاتی با همسایگان خود هماهنگ‌تر شوند. (تجربۀ ایالات متحد نشان داده است که ممالک همجوار می‌توانند مالیات بر خرید را با تفاوت نرخی تا پنج‌درصد به اجرا گذارند بی آنکه این

تفاوت نرخ مایهٔ رکود بازار و از دست رفتن درآمدهایشان گردد).
کمیسیون اروپایی از کشورهای عضو جامعه می‌خواهد در وضع مالیاتهای ارزش افزوده و مالیات بر خرید کالا، مقررات یکسانی اتخاذ و نرخهای مالیاتی‌شان را تا حدی که امکان دارد، هماهنگ‌تر کنند. بریتانیا از طرفداران پروپاقرص این توصیه است و فریاد می‌زند که «بگذارید رقابت عامل تعیین‌کننده باشد.»

در سال ۱۹۹۲ بی‌شک برای تفهیم نظامات تازه، کار وکلا و مشاوران قانونی رونقی بسزا خواهد یافت.

چشم‌انداز کشورهای عضو جامعه

دانمارک

دانمارک به آسانی خود را با یک بازار باز وفق خواهد داد. دانمارک که شاید کمتر از دیگر کشورهای اروپایی سیاست «حمایت از محصولات داخلی» را دنبال کرده، اصولاً صنعت پایه‌ای ندارد که نیازمند حمایت دولتی باشد. بیش از ۴۰ درصد تولید ناخالص ملی این کشور از تجارت خارجی است، که این درصد سه‌برابر ایالات متحد است. شرکتهای ممالک اسکاندیناوی بسرعت در دانمارک مشغول سرمایه‌گذارند. هم‌اکنون حدود هشتاد شرکت نروژی و ۲۴۰ شرکت سوئدی و ۶۰ کمپانی فنلاندی در دانمارک فعالیت دارند. شرکتهایی از دیگر کشورها از جمله کمپانی «موتورولا»ی ایالات متحد نیز در شرکتهای دانمارکی سرمایه‌گذاری کرده‌اند تا راهی به کشورهای عضو جامعه برای خود باز کرده باشند.

حزب بانفوذ سوسیال دموکرات مدتهاست که از حفظ هویت اسکاندیناویایی دانمارک ـ بجای ادغام شدن در جامعهٔ اروپا ـ طرفداری

می‌کند؛ ولی دانمارکیها در رفراندوم سال ۱۹۸۶، با ۵۶ درصد آراء، از منشور بازار واحد اروپا حمایت کردند.

ایتالیا

مؤسسات بزرگ تجاری ایتالیا تعیین‌کنندۀ خطمشی دولت این کشورند. کارلو د بِنِدِتی، رئیس شرکت «اولیوِتی» و دروگر سهام شرکتها می‌گوید که ایتالیا دیگر بنّا و گارسون رستوران به اروپای شمالی صادر نمی‌کند، بلکه بجای آن شروع به فرستادن مدیران صنعتی خواهد کرد که بتوانند با شور و شوق پایه‌گذار امپراتوری تجارتی اروپای واحد باشند. از ۶۸ مورد واگذاری و خرید یا ادغام کمپانیها ـ که در عرض دو سال تا فوریۀ ۱۹۸۸ انجام گرفته است ـ ۲۸ موردش نصیب ایتالیاییها شده است.

هلند

بعد از سالها رشد ملایم، اکنون اقتصاد هلند همپای دیگر کشورهای عضو جامعه به رشد و گسترش افتاده است. انتظار می‌رود که این روند مطلوب رشد همچنان در دهۀ ۱۹۹۰ هم ادامه یابد. تجارت بین‌المللی که رکن اصلی اقتصاد هلند را تشکیل می‌دهد، در چهار سال آینده از یک میلیارد دلاری که در طرح توسعۀ زیربنائی بندر روتردام ـ بزرگترین بندر جهان ـ به مصرف می‌رسد منتفع خواهد شد.

تا پایان قرن حاضر هفت میلیارد دلار دیگر صرف بهسازی بندر روتردام خواهد شد.

اسپانیا

عدم وجود محدودیتهای شدید برای سرمایه‌گذاریهای خارجی، به اضافهٔ نیروی کار نسبتاً ارزان ـ که قدرت تولیدش سریعاً رو به افزایش است ـ باعث شده که اسپانیا از نظر بازرگانی کعبهٔ آمال سرمایه‌گذاران سودطلب گردد. در سال ۱۹۹۲ با برگذاری المپیک تابستانی در بارسلون و همچنین افتتاح نمایشگاهی جهانی که بمناسبت پانصدمین سالگرد کشف امریکا توسط کریستف کلمب، در سویل صورت خواهد گرفت، خون تازه‌ای به اقتصاد اسپانیا تزریق خواهد شد.

خوان لویی سیبریَن، دبیر نشریهٔ ال پائیس (چاپ مادرید) می‌گوید «مردم بار دیگر احساس می‌کنند اسپانیا کشور مهمی شده است، چیزی که قبلا حتی تصورش را هم نمی‌کردیم؛ و این هم از برکت اروپاست. اسپانیا کم‌کم عادت می‌کند که خود را یک کشور اروپائی بداند.

فرانسه

فرانسه بیش از دیگر اعضا، مشتاق جامعهٔ اروپایی جدید است. نظرسنجیها حاکی از سطح بالای آگاهی و استقبال مردم فرانسه از تحولات سال ۱۹۹۲ است. این استقبال عمومی محصول برنامه‌های روشنگرانه‌ای است که توسط دولت فرانسه در این مورد اجراء شده است. آرزوی دولت فرانسه این است که اقتصاد این کشور توسعه یابد و در بازارهای رقابت جهانی امکان فعالیت بیشتری نصیبش شود. در ژوئن سال ۱۹۸۸ بیش از ۸۷ درصد کمپانیهای فرانسوی اعلام داشتند که مشغول انجام اقدامات اساسی و فعالی در جهت آماده‌ساختن خود برای سال ۱۹۹۲ هستند.

صنعت تکنولوژیکی فرانسه که یکی از صنایع مهم و معتبر اروپاست رو به گسترش دارد و فرانسویها توجه بیشتری به تولید لوازم الکتریکی معطوف داشته‌اند، صنعتی که می‌تواند تا سال ۱۹۹۵ درآمدی معادل دوازده میلیارد دلار نصیب این کشور کند. تکمیل تونل یازده میلیارد دلاری که فرانسه و انگلستان را به هم می‌پیوندد به همراه اقدامات گستردهٔ واگذاری صنایع به بخشهای خصوصی که از طرف دولت سوسیالیست فرانسه اعمال می‌شود مبشر حضور مؤثر فرانسه است در صحنهٔ اقتصاد جهانی.

بریتانیا

وضع بریتانیا ظاهراً تفاوت فاحشی با دیگر کشورها دارد. بریتانیا همیشه با تردید و احتیاط به امور اروپا نظر داشته است. برخی از شکاکان بریتانیایی، تونل زیر دریای مانش را معبر مناسبی تلقی می‌کنند برای ورود اشرار و تروریستها و دیگر شیاطین از اروپا به خاک بریتانیا. ازین‌رو چندان استقبالی از سال ۱۹۹۲ در بریتانیا نشده است و خنده‌دار اینکه لرد کاکفیلد، که خود بریتانیایی است شخصاً طراح اصلی تحولات سال ۱۹۹۲ بوده است. او از سوی جامعهٔ اروپا مأمور شد تا طبق طرح عمده‌ای که به ابتکار خودش در سال ۱۹۸۵ تهیه شده بود، اروپا را به یک بازار واحد تبدیل کند. بسیاری از اعضای کابینهٔ انگلستان که با سوءظن به فعالیتهای او می‌نگریستند او را متهم بدین کردند که بر اثر احساسات اروپاپرستیش مرتکب زیاده‌رویهائی شده است، و به همین دلیل در اواسط سال ۱۹۸۸، هنگامی که زمان تجدید مأموریتش فرارسیده بود، خانم تاچر شخص دیگری را به جای او منصوب کرد.

اما همه چیز در حال تغییر است. حزب کارگر بریتانیا علناً مخالفت خود را با از میان برداشتن موانع تجاری اعلام داشته است و خانم تاچر

را به خاطر نداشتن یک «سیاست صنعتی منسجم» در مقابل تحولات سال ۱۹۹۲ مورد سرزنش قرار داده است.

ایرلند

علیرغم نرخ بیکاری ۱۹٪ و مهاجرتهای گسترده، جمهوری ایرلند نمی‌خواهد نقش مرده‌ها را بازی کند و خود را از تک‌و تا بیندازد. شرکتهای رو به افزایش خارجی پی برده‌اند با توجه به کاهشهای مالیاتی شدید در این کشور و کمکهای نقدی و سوبسیدهای دولتی، مشکل می‌توان از سرمایه‌گذاری و فعالیت تجاری در ایرلند چشم‌پوشی کرد.

پرتغال

پرتغال با ثبات سیاسی، با نیروی تولیدی بسیار و دستمزدهای هنوز اندکش، موقعیتهای فراوانی برای سرمایه‌گذاری ایجاد کرده است. سرمایه‌گذاریهای خارجی در سال ۱۹۸۷ به ۴۴۵ میلیون دلار رسید که نسبت به سال ۱۹۸۶ سه‌برابر شده بود. توجه سرمایه‌گذاران بیشتر متوجه فعالیتهای ساختمانی و شیشه‌سازی و معاملات ملکی است. مازاد اندوختهٔ ارزی بانک پرتغال از ۲۰۰ میلیون دلار در سال ۱۹۸۳، با افزایش بی‌سابقه‌ای به ۳ میلیارد دلار رسیده است و بیکاری در این کشور در سال ۱۹۸۹ با کمتر از ۵/۹ درصد جزو پائین‌ترین در اروپا بوده است.

آلمان غربی

آلمان غربی، قوی‌ترین عضو جامعه، با شیوه‌ای صحیح و اصولی به استقبال سال ۱۹۹۲ می‌رود. این کشور بیش از پیش توجهش را معطوف تأسیس شرکتهای کوچک کرده است، برنامه‌ای که نصف تولید ناخالص ملی را برعهده دارد و دوسوم مشاغل و بیشتر آموزشهای صنعتی را به خود اختصاص داده است.

بلژیک

بروکسل هنوز «واشینگتن‌دی‌سی» اروپا نشده است ولی دارد در همین جهت پیش می‌رود. هم‌اکنون سیل بوروکراتها و واسطه‌ها و سرمایه‌گذاران و سیاستمداران به این پایتختِ کمیتۀ اقتصادی اروپا سرازیر شده است و این کشور دوران رشد مداوم اقتصادی را طی می‌کند. بلژیکیها سخت در تلاش توسعۀ همکاریهای تجارتی و شراکت با رقبای داخلی و خارجی خود هستند. بلژیک آزادترین اقتصاد در اروپا را داراست: صادرات و واردات بلژیک هفتاد درصد تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهند. بلژیک، در تدارک استقبال از سال ۱۹۹۲، ضمن ایجاد تحولاتی در بازار بورس خود، دست به اصلاحاتی در نظام پیچیدۀ مالیاتی کشور نیز زده است.

یونان

انتظار می‌رود که سازمان اجرایی عقب‌ماندۀ یونان و اقتصاد نه‌چندان توسعه‌یافتۀ این کشور، مشکلاتی در سر راه سازگاری یونانیها با جهان بعد از ۱۹۹۲ بوجود آورد. ولی یونان می‌تواند در این مسأله بیشترین منفعت را عاید خود کند چرا که کشورهای ثروتمند شمالی عضو جامعه

موافقت کرده‌اند که دهها میلیارد دلار به فقیرترین کشورهای عضو جامعه کمک کنند تا سیر بازسازی اقتصادی آنها سریع‌تر شود. درست به این می‌ماند که ایالتهای کالیفرنیا و کانکتیکت تعهد کمک اقتصادی به ایالتهای می‌سی‌سی‌پی و آرکانزاس بدهند. این باری است که بازار واحد اروپا برای کمک به اعضای ضعیف‌تر خود بر دوش گرفته است.

لوکزامبورگ

لوکزامبورگ کوچکِ چهارصد هزار نفری در قلب یک بازار تجاری با جمعیتی بیش از ۳۲۰ میلیون نفر قرار دارد. این کشور کوچک (به عنوان برمودای اروپا) با کسب و کار رو به رونق و موقعیتش به عنوان خزانهٔ مستمری‌بگیران، نقطهٔ اطمینانی است برای اروپای متحد. لوکزامبورگ به دلایلی از قبیل امتیازهای مالیاتی و هزینه‌های پایین بانکی و رازداری شدید بانکی، پناهگاه دور از خطری است برای سرمایه‌ها. علاوه بر آن موقعیت جغرافیائی لوکزامبورگ که در مرکز جامعهٔ اروپا واقع شده است، ثبات سیاسی و اجتماعی آن و حمایت قوی جامعهٔ بانکی‌اش، این کشور را در وضعیت خوبی برای گسترش و توسعهٔ خدمات مالی قرار می‌دهد.

چه کشور دیگری می‌تواند به این جامعه بپیوندد؟

از شرایط احراز عضویت در جامعهٔ اروپا، اروپایی بودن کشور و دموکراتیک بودن حکومت است. بنظر می‌رسد که کشورهای اروپایی بسیاری که اکنون عضو جامعه نیستند درصدد برآیند تا به جامعه راه یابند. اتریش در سال ۱۹۹۰ درخواست عضویت خواهد کرد. نروژ و سوئد و فنلاند و حتی سویس هم تمایل به پیوستن به جامعه نشان

داده‌اند. ولی شاید سویس هرگز به جامعه نپیوندد؛ سویسیها اخیراً برای پیوستن به سازمان ملل متحد رأی مخالف دادند.

با فرارسیدن سال ۱۹۹۲، احتمالاً کشورهای بیشتری درصدد احراز عضویت برخواهند آمد تا سرشان از منافع اقتصادی بالقوه بی‌کلاه نماند. احتمالاً تا اواسط سال ۱۹۹۰ تعداد اعضا به ۱۴ کشور خواهد رسید و تا سال ۲۰۰۰ ممکن است به ۱۸ عضو افزایش یابد.

ناجورترین و نامناسب‌ترین نامزد عضویت در این جامعه، ترکیه است. این کشور در سال ۱۹۸۹ تقاضای عضویت کرد. ترکیه از نظر مساحت جغرافیایی وسیع‌تر از دیگر کشورهای عضو جامعه است و جمعیتی معادل جمعیت بریتانیا دارد. در ترکیه دستمزدها نیز پایین است که این خود در عالم رقابتهای اقتصادی امتیازی محسوب می‌شود و همچنین شمار کثیری از مردم این کشور که آمادگی دارند با دستمزدهائی اندك به مشاغل پست بپردازند، حاضرند براحتی به دیگر کشورهای عضو سرازیر شوند. بخشی از علاقهٔ ترکیه به پیوستن به جامعه بخاطر جذب سرمایه‌گذاریهای خصوصی خارجی است. تورگوت اوزال می‌گوید که سرمایه‌گذاری خارجی باعث می‌شود عدهٔ بیشتری از کارگران ترك در داخل کشور بمانند و مشغول کار شوند. برخی ترکیه را «به اندازهٔ کافی غربی‌شده» نمی‌دانند. و طبیعتاً یونان ـعضو دیگر جامعهـ هم اصلاً و ابداً از ترکیه خوشش نمی‌آید. ترکیه مسلمان است و گرچه قوانین اروپایی دارد و مطبوعاتش تقریباً آزاد است و تئاتر و موسیقی و اپرای به سبك غربی دارد ولی باز هم در آیندهٔ نزدیك مشکل‌آفرین خواهد بود.

جدیدترین نامزدهای عضویت در جامعه، کشورهای اروپای شرقی هستند. اینان سخت می‌کوشند تا حکومتهای دموکراسی سر کار بیاورند و اخیراً طوری عمل می‌کنند که گویی واقعاً مسئلهٔ دموکراسی را جدی گرفته‌اند. در اوت سال ۱۹۸۸ جامعهٔ اروپا و کومکون (اتحادیهٔ کمونیستی کشورهای اروپای شرقی) یکدیگر را به رسمیت شناختند.

سال ۱۹۹۲ از نظرگاه استراتژی

حتی اگر اروپای شرقی هم بسرعت دموکراتیک نشود، باز هم سال ۱۹۹۲ پدیده‌ای استثنائی است، پدیده‌ای بکلی بی‌سابقه در تاریخ. سال ۱۹۹۲ حاصل تلاشی بی‌سابقه است برای از میان برداشتن موانع تجاری و طرح عظیمی برای زدودن مقررات دست‌و پاگیر.

هیجان ناشی از این روند در مراکز تجاری و دولتی اروپای غربی، هیجانی غرورانگیز است، به نحوی که دیگر نه می‌توان تغییرش داد و نه متوقفش کرد.

این روند از دیدگاه نسلهای مختلف متفاوت است. بعض سالخوردگان اروپائی، وحدت اقتصادی اروپا را تهدیدی برای امنیتشان تلقی می‌کنند، حال آنکه اغلب جوان‌ترها آن را موفقیتی عالی و بی‌سابقه می‌دانند.

وحدت اقتصادی اروپا با گرایشهای اقتصادی جهان هماهنگ است و کمپانیها از هم‌اکنون چنان برای آینده طرح و برنامه می‌ریزند که گویی سال ۱۹۹۲ فرارسیده است.

استراتژی «بازار واحد اروپا در پایان سال ۱۹۹۲» شباهتی به پیش‌بینی استراتژیک جان اف کندی دارد که می‌گفت: «ما تا آخر این دهه یک مرد به کرهٔ ماه خواهیم فرستاد.»

این طرح هم مثل تمامی طرحهای مهم استراتژیک به دقت در چهارچوب زمانی مشخصی تهیه شده است و علاوه بر دوازده عضو اصلی، کشورهای دیگری هم خود را برای تحقق بخشیدن به آن آماده می‌کنند.

۲

رنسانس در هنر

در سالهای باقیمانده تا شروع هزارهٔ بعدی، تغییراتی انقلابی و اساسی در نحوهٔ گذراندن اوقات فراغت و درست‌تر خرج کردن درآمدها بوجود خواهد آمد؛ در طول دههٔ ۱۹۹۰، کم‌کم فعالیتهای هنری به عنوان عمده‌ترین وسیلهٔ گذران اوقات فراغت جانشین فعالیتهای ورزشی خواهد شد. این گرایش عمده هم‌اکنون در عرصهٔ هنرهای تجسمی و نمایشی خودنمایی می‌کند:

* از سال ۱۹۶۵ شمار سالانهٔ بازدیدکنندگان موزه‌ها از دویست میلیون نفر به پانصد میلیون نفر افزایش یافته است.
* در فصل نمایشی ۸۹–۱۹۸۸ تعداد تماشاچیانی که از تئاتر برادوی دیدن کردند رکورد سالهای قبل را شکسته است.
* بزرگترین اتحادیهٔ ارکسترهای مجلسی از ۲۰ عضو در سال ۱۹۷۹ به ۵۷۸ عضو در سال ۱۹۸۹ رسیده است.
* از سال ۱۹۷۰ تاکنون، شمار تماشاچیان اپرا در امریکا تقریباً سه‌برابر شده است.[1]

از ایالات متحد امریکا و اروپا تا سواحل اقیانوس آرام، در هر نقطه‌ای که اقتصاد اطلاعاتی رخنه کرده است، هنر هم به دنبال آن گسترش یافته و معنی و مفهوم زندگی دیگرگون شده است.

از سال ۱۹۶۰ به اینطرف در ژاپن، بیش از دویست موزهٔ جدید ساخته شده است.

در آلمان غربی در طی فقط ده سال حدود ۳۰۰ موزهٔ تازه پا گرفته است. در بریتانیا تقریباً هر ۱۸ روز یک موزهٔ جدید افتتاح می‌شود. در اتحاد جماهیر شوروی از برکت پرسترویکا و گلاسنوست، زمینهٔ تجدید حیات فرهنگی و ادبی فراهم آمده است.

درحقیقت قرن بیستم به موارد ضعف و نقص خود پی برده است و می‌داند توجه مطلق به توسعهٔ تکنولوژی و روند صنعتی کردن جامعه چگونه باعث شده بود که ماشین جایگزین انسان گردد و سلطهٔ نظامیان و بلای جنگ، زندگی انسانها و موزه‌ها و کلیساها را به یکسان دستخوش تباهی کند.

و امروزه همچنان که به استقبال هزارهٔ جدید می‌رویم جنگهای ویرانگر این قرن را نیز پشت سر می‌گذاریم. حتی جنگ سرد هم خاتمه یافته است. و اکثریت بشریت مجالی یافته است تا تأمل کند و دریابد که انسان بودن یعنی چه. و این اگرچه تأملی معنوی است، ولی تأثیرات آن در اقتصاد انکارناپذیر است.

جامعهٔ اطلاعاتی زمینهٔ اقتصادی رنسانس را فراهم کرده و هنردوستانی بوجود آورده است که ثروت آنان باعث حسادت خاندان بورجیا در ایتالیا می‌شود. و از این مهمتر، حضور روزافزون زنان است به عنوان نیرویی درس‌خوانده و متخصص در بازار کار. در نظر مردمی که وقتشان را وقف برنامه‌های تناسب اندام می‌کردند، دیگر ورزشهای پرتماشاچی آن کشش و جاذبهٔ گذشته را ندارد؛ و مردم ترجیح می‌دهند بعدازظهر یکشنبه‌شان را به جای نشستن در خانه و تماشای فلان صحنهٔ فوتبال از تلویزیون، در یک موزه بگذرانند.

دوستداران هنر بیشتر تحصیلکرده‌اند؛ نسل زاده شده پس از جنگ دوم جهانی تحصیلکرده‌ترین نسل تاریخند. مصرف‌کنندهٔ امروزی به اندازهٔ کافی رشد یافته است تا به تحسین هنر برخیزد و نرخ ورودی موزه‌های هنری را هم بپردازد.

دههٔ ۱۹۹۰، در سرتاسر جهانِ توسعه‌یافته، نهضتی تازه در هنرهای تجسمی و شعر و رقص و تئاتر و موسیقی برپا خواهد کرد و این تفاوت عظیمی خواهد داشت با عصر اخیر صنعتی که در آن ارتش مدل بود و ورزش نمونه. ما اکنون از میدانهای ورزشی رو به صحنه‌های هنری آورده‌ایم.

در ایالات متحد، نفقات ارباب کسب و کار، هزینهٔ این تغییر سلیقهٔ عمومی را تأمین خواهد کرد. هم‌اکنون حامیان عمدهٔ هنر در امریکا، شرکتهایی هستند که در تبلیغات معرفی کالاهایشان و جلب توجه عمومی به محصولاتشان، به جای استفاده از ورزش، به هنر رو آورده‌اند. مثلاً در تبلیغات تلویزیونی برای فلان اتومبیل، به جای موسیقی راک، از اپرا استفاده می‌شود. درواقع حمایت از هنر، حیثیت کمپانیها را در نظر مصرف‌کنندگانِ بافرهنگ بالا می‌برد و شرکتها بدین وسیله در فروش محصولاتشان موفق‌تر خواهند بود تا به این در و آن در زدنها و ویزیتور فرستادنها.

این نهضت هنرپرستی به شهرهای بزرگی مثل نیویورک یا پاریس یا توکیو محدود نمی‌شود، بلکه در شهرهای کوچک و متوسط، و حتی در شهرکها و روستاها نیز رخنه کرده است. مثلاً تماشاچیان فستیوال شکسپیر در مونتگمری واقع در آلاباما از سه‌هزار نفر در سال ۱۹۷۲، به بیش از سیصدهزار نفر در سال ۱۹۸۹ افزایش یافته است.[۲] بر اساس همین گسترش و رونق بازار هنر است که امکانات شغلی در زمینه‌های هنری بطرز چشمگیری در حال توسعه است ـ مشاغلی از دلالی آثار هنری گرفته تا مجامع کارشناسان و خبرگان هنری.

حتی کاهش بودجهٔ هنری دولت فدرال هم که از هر جهت آزارنده

بود، برعکس، تأثیر تقویت‌کننده‌ای در رواج هنر داشت و باعث شد تا شرکتهای خصوصی به یاری هنرمندان آیند و با تقویت و حمایت سازمانهای هنری باعث شوند که سطح ارزشها بالا رود و رونق بازار هنر منابع درآمد تازه‌ای برای هنرمندان ایجاد کند، و حاصل این تلاش آن بود که جامعهٔ هنری قدرت یافت و موفق شد بی‌اعتنا به کمکهای دولتی با آزادی و استقلال بیشتری به پیشرفت خود ادامه دهد.

تجدید حیات هنری امروز

از شهرهای بزرگ گرفته تا شهرکها

مشکل می‌شود از هنر حرف زد و حرف را با نیویورک و لندن، شهرهایی که نامشان مترادف با هنر تئاتر شده است، شروع نکرد. و آمار فروش بلیط تئاترهای نیویورک را با فروش بلیط استادیومهای ورزشی مقایسه کنید. تئاتر برادوی نیویورک در تقاطع خیابان برادوی و خیابان پنجاه و سوم بیش از مجموع فروش استادیومهای «یانکیها» و «متز» بلیط می‌فروشد.[۳]

فصل تئاتری ۸۹–۱۹۸۸ برادوی پرفروش‌ترین فصل در طول تاریخ بوده است. بر اساس آماری که جورج واچتِل از اتحادیهٔ بازیگران و کارگردانان امریکایی منتشر کرده است، در این فصل هشت میلیون تماشاچی مبلغ ۲۶۲ میلیون دلار بابت خرید بلیط پرداختند که افزایشی معادل ۲۵/۴٪ را نسبت به فصل تئاتری ۸۷–۱۹۸۶ نشان می‌دهد.

به قول نشریهٔ تجارتی واریته تقریباً نیمی از کل بلیطهای فروخته شده منحصر به یکی از موزیکالهای معروف انگلیسی (شبح اپرا، بینوایان، گربه‌ها، استارلایت اکسپرس، و یا، من و دوست دخترم) بوده است.[۴] و هر نمایشنامهٔ تازه، رکورد فروش بلیط نمایشنامهٔ قبلی را شکسته است. مثلاً نمایشنامهٔ بینوایان با یازده میلیون دلار بلیط پیش‌فروش شده به روی

صحنه آمد و شبح اپرا که پس از آن به صحنه آمد نوزده میلیون دلار بلیط پیش‌فروش کرد.[۵] نمایشنامهٔ گربه‌ها که رکورد فروش بلیط را از آن خود کرده است، توسط چهارده گروه هنری در سراسر جهان اجرا می‌شود و تنها در ایالات متحد هفته‌ای دو میلیون دلار سود ناخالص دارد.

این رواج و رونقها منحصر به برادوی نیست. طبق یک گزارش ویژه که دربارهٔ تماشاخانه‌های محلی، در مجلهٔ تاون اند کانتری منتشر شده است، ۹۰٪ تئاترهای امریکا در خارج از نیویورک فعالیت دارند. دویست تماشاخانهٔ حرفه‌ای در ۱۵۵ شهر امریکا به فعالیت اشتغال دارند. تنها در مینیاپولیس و سنت پال، ۲۴ تماشاخانهٔ سطح بالا وجود دارد.[۶] تئاترهای محلی در همه جای امریکا از پورتلند در مین گرفته تا اشلَند در اورگون و ساراسوتا در فلوریدا و آنکوراژ در آلاسکا، رو به پیشرفت و رونق دارند. در سال ۱۹۸۸ طبق مطالعات «گروه روابط عمومی تماشاخانه‌ها» درآمد حاصل از فروش بلیط و همچنین تعداد تماشاچیان، در ۴۵ تئاتر، رکوردهای قبلی را شکسته است.[۷]

گاری سینایس از شرکت استپن‌وُلف در شیکاگو، می‌گوید «نمایشنامه‌های تئاترهای امریکایی هیجان‌انگیزتر و قوی‌تر و بهتر از هر زمان دیگری است. چهل سال پیش در امریکا تماشاخانه منحصر به نیویورک بود ولی حالا همه جا هست.»[۸] مارک مِداف، نمایشنامه‌نویس معروف و نویسندهٔ فرزندان خدایی پست‌تر، که در لاس کروس در نیومکزیکو زندگی می‌کند، می‌گوید «آن چیزی که نیویورک متأسفانه از دست داده است هنوز در بقیهٔ نقاط امریکا وجود دارد، و آن روحیهٔ خطر کردن و دل به دریا زدن است و اعتقاد بدین که در هرحال همه کاری و ابتکاری از ما ساخته است.» و می‌افزاید «تئاتر نیویورک بجز چند استثنای مشهود، دیگر هنر نیست، بلکه وسیله‌ای است برای سرگرم کردن مردان خسته از کار روزانه و مسافران به گردش آمده‌ای که همهٔ آرزویشان دیدن نمایشنامه‌های معروف و شناخته شده است.»[۹]

و حال آنکه در سن‌دیگو، به عنوان یکی از مراکز مهم تئاتر امریکا، تماشاخانهٔ اُلد گلوب، در هر فصل پنجاه‌هزار مشترک دارد، رقمی که تقریباً دوبرابر مشترکان هر یک از دیگر تئاترهای امریکاست و هزینهٔ تولید نمایشنامه در سن‌دیگو تقریباً سی تا چهل درصد هزینهٔ تولید در برادوی است. اگرچه هزینهٔ روی صحنه آمدن نمایشنامهٔ موفق در دل جنگل که در تماشاخانهٔ الدگلوب اجرا شد، معادل ده تا پانزده درصد هزینه‌ای بود که برای به صحنه آوردن نمایشنامه‌ای در برادوی مصرف می‌شود.[10]

جک اوبراین، از تئاتر اُلد گلوب می‌گوید «سن‌دیگو تنها شهری است که تئاتر، فعالیت عمدهٔ فرهنگی آن محسوب می‌شود. در بسیاری از شهرها فعالیت عمدهٔ فرهنگی عبارت است از بازدید موزه یا رفتن به یک سمفونی یا اپرا. ولی اینجا، تئاتر است.»[11]

سندروم عروسی فیگارو

علاقه به هنر چنان رواج عامی پیدا کرده است که دیری نخواهد گذشت که فلان کارگر عوام امریکایی در فلان بعدازظهر یکشنبهٔ پاییزی به محض رسیدن به خانه چند نفری از رفقا و همپالکیهایش را صدا بزند و شش قوطی آبجو باز کند و با هم بنشینند پای تلویزیون تا اپرای عروسی فیگارو موتسارت را تماشا کنند.

بله، دهنتان از تعجب باز ماند. همین است که هست. درست است که اپرا هنوز به آن مرحله از قبول عامه نرسیده است ولی در این رهگذر پیشرفت سریعی داشته است. تعداد طرفداران جدید اپرا، کسانی که ترکیب تماشایی و جذاب موسیقی و تاریخ و درام لباسهای مجلل زیبا و صحنه‌های خیالی دل از کفشان می‌برد، هر سال از سال پیش بیشتر می‌شود. تنها در طول پانزده سال اخیر تعداد تماشاچیان اپرا سه‌برابر شده است: به گزارش «سنترال اپرا سرویس» در فصل ۸۸–۱۹۸۷ عدهٔ

تماشاچیان اپرا به رقم قابل توجه ۱۷/۷ میلیون رسید و این عدد در مقایسه با رقم ۶ میلیون نفر مربوط به فصل ۷۱—۱۹۷۰ افزایش چشمگیری را نشان می‌دهد.

و اگر در نظر داشته باشیم که هر اپرا باید علاوه بر دستمزد هیئت ارکستر هزینه‌های سنگینی بابت اجرت خوانندگان و تهیهٔ البسه و ساختن صحنه‌های گرانقیمت را نیز تقبل کند، متوجه می‌شویم که موفقیت آن تا چه حد قابل توجه بوده است.

سه‌چهارم از ۱۱۳ شرکت حرفه‌ای اپرا در شمال و مرکز و جنوب امریکا پس از سال ۱۹۶۵ و بسیاری از آنها در دهۀ ۱۹۸۰ افتتاح شده‌اند.[۱۲] مردم کم‌کم دارند آن تصور قدیمی خود از اپرا را کنار می‌گذارند و صحنه‌های اپرا برای طیف گسترده‌تری از تماشاچیان جذابیت پیدا کرده است. بخشی از این موفقیت مدیون «بالانویس»هایی است که همزمان با اجرا بر فراز صحنه ظاهر می‌شود و ترجمۀ متن اشعار خارجی را در مقابل چشم تماشاچیان می‌گذارد. اپرای نیکسون در چین اثر جان آدامس بخوبی نشان می‌دهد که چگونه می‌توان مراسم کهنِ صدها- ساله‌ای را برای تماشاچیان قرن بیست و یکم زنده و مجسم کرد. در فصل ۸۸—۱۹۸۷، تئاترهای امریکا ۱۴۱ نمایشنامۀ جدید به صحنه آورده‌اند که این رقم در مقایسه با ۱۶ نمایشنامۀ فصل ۷۵—۱۹۷۴ افزایش چشمگیری را نشان می‌دهد.[۱۳]

دیگر لازم نیست برای دیدن اپرا زحمت رفتن به فلان شهر بزرگ را تحمل کنیم. اپراهای محلی در تالار اجتماعات شهر یا مراکز هنری و فستیوالهای سالیانه، قابل اجراست. هم‌اکنون حدود ۶۵۴ کمپانی اپرایی با سرمایه‌ای کمتر از صدهزار دلار مشغول اجرای برنامه‌اند.

اپرای محلی اسپرینگ فیلد (در میسوری) در «غارهای افسانه‌ای» برنامه اجرا می‌کند. و سالن این «اپرا در غار» جا برای ۷۱۲ تماشاچی دارد.

ارکسترهای سمفونیک

با یکی از علاقه‌مندان سمفونی از «رنسانس هنری» حرف بزنید و ببینید که وارد چه بحث مفصلی خواهید شد. خواهید دید که دوستداران سمفونی ناله سر خواهند داد که ارکسترهای سمفونیک در شرایط مالی بدی قرار دارند. دوسوم ارکسترهای درجه یک، فصل ۱۹۸۶ را با ضرر به پایان برده‌اند.[۱۴]

ولی اکنون با مدیریت و بازاریابی بهتر، چشم‌انداز امید- بخش‌تری پیش رو داریم. سالهای ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷ بهترین فصلها در تاریخ سمفونی بود. و بیش از ۲۵ میلیون علاقه‌مند در کنسرتهای ۲۸۰ ارکستر سمفونیک بزرگ حضور یافتند و بسیاری بیش از این تعداد به تماشای اجرای ۵۰۰ ارکستر سمفونیک کوچکتر رفتند.[۱۵] گرچه تعداد مشتریان ارکسترهای بزرگ تا حدی در طول فصل ۸۸-۱۹۸۷ تنزل کرد ولی بازار گروههای سمفونیک محلی و منطقه‌ای همچنان گرم و پرمشتری بود.

تعداد ارکسترهای محلی از ۱۶ ارکستر در سال ۱۹۷۵ به ۵۷ ارکستر در سال ۱۹۸۹ افزایش یافت.[۱۶] در این بین موسیقی مجلسی بیشترین رونق را داشته است یعنی تعداد گروههای موسیقی مجلسی از ۳۹۳ گروه در سال ۱۹۸۵ به ۵۷۸ گروه در سال ۱۹۸۹ رسید.[۱۷] با اینهمه، بسیاری از دلباختگان موسیقی به انتظار فرارسیدن تابستان همچنان در خانه ماندند و صبر کردند.

* هالیود باول، در سال ۱۹۸۸، تعداد ۷۶۱٬۰۰۰ بلیط فروخت که نسبت به فروش سال ۱۹۸۲، صدهزار بلیط افزایش یافته بود.[۱۸] و سود حاصله از فروش این بلیطها خسارت فصلی ارکستر فیلارمونیک لوس‌آنجلس را جبران کرد.
* هر کنسرت ارکستر سمفونیک شیکاگو در فستیوال راوینیا در حومهٔ هایلندپارک، بیست‌هزار تماشاچی دارد.

* فستیوال موسیقی تانگل‌وود ارکستر سمفونیک بوستون در برکشایر ماونتینز، تاکنون بیش از ده میلیون موسیقی‌دوست را جذب کرده است.
* کاریبانا، فستیوال کارائیبی تورنتو، سالانه ششصدهزار تماشاچی را جذب می‌کند.[۲۰]

فستیوالهایی که اختصاص به اجرای آثار یک آهنگساز دارد نیز بسیار پرطرفدار شده‌اند: از فستیوالهایی نظیر فستیوال بین‌المللی موتسارت در اوکلاهما و نیویورک گرفته تا فستیوال موتسارت در کارمل کالیفرنیا و فستیوال باخ در آنکوراژ آلاسکا. سازمان‌دهندگان این فستیوالها مکانهای مناسب جذابی را برای برگذاری برنامه‌ها انتخاب می‌کنند و فستیوالها را در نقاط مختلفی از گراند کانیون گرفته تا سان ولی برگذار می‌کنند.

رقص: در جستجوی پارتنری تازه

رقص حرفه‌ای در ایالات متحد از سال ۱۹۷۲، رشدی معادل ۷۰۰% داشته است و این طبق آماری است که دونالد مور، مدیرعامل «دانس یواس‌ا» ارائه داده است.

گروههای رقص و شهرهای میزبان آنان، پیشگامان شیوهٔ جدید و مهیجی شده‌اند در عرضهٔ هنرهای ظریفه برای مردم. شهرهایی که ظرفیت کافی برای داشتن گروه باله یا گروه رقص ثابت و دائمی ندارند با یک شهر دیگر شریک می‌شوند.

این ابتکار از وقتی شروع شد که گروه بالهٔ سینسیناتی تبدیل به گروه بالهٔ سینسیناتی/نیواورلئان شد و گروه بالهٔ جفری نیویورک پایگاه دومی در لوس‌آنجلس برای خود ایجاد کرد و بالرینهای گروههای بالهٔ تامپا و دنور کلرادو وقتشان را بین این دو شهر تقسیم کردند.

اینجا به عنوان نمونه می‌توانیم ماجرای گروه مشترک بالهٔ

کلیولند-سن‌خوزه را ذکر کنیم. گروه بالهٔ کلیولند در جستجوی شهر شریکی بود تا بتواند بر تعداد تماشاچیان و مبلغ درآمدش بیفزاید.[۲۱] مردم سن‌خوزه هم تصمیم داشتند به جای اینکه خودشان روند طولانی و پرهزینهٔ ایجاد یک گروه رقص را طی کنند، از گروه مجهز پیشرفته‌ای برای اجرای برنامه‌هائی در شهرشان دعوت کنند. در این حیص و بیص، تجارت‌پیشگان به کمک آمدند: ای.اف.هاتن، دویست و پنجاه‌هزار دلار داد و بنیانگذار شرکت کامپیوتر اپل، استیون وزنیاک هم دویست و پنجاه هزار دلار، و قضیه سر و سامانی گرفت.[۲۲] این ترتیب ابتکاری می‌تواند سرمشق مناسبی باشد برای گروههای تئاتری و ارکسترهای مجلسی و کمپانیهای اپرا.

و امروز، رویهمرفته، دوازده شهر مشغول ترکیب همچو شرکتهایی هستند برای استفاده از گروههای رقص.

منتشر کن یا بمیر

به نقل از پابلیشرز ویکلی (هفته‌نامهٔ ناشران)، در سال ۱۹۸۸ تعداد ۵۵٬۴۸۳ عنوان کتاب تازه و تجدید چاپی در ایالات متحد منتشر شده است که در مقایسه با تعداد ۴۱٬۰۰۰ عنوان مربوط به سال ۱۹۷۷ افزایش چشمگیری داشته است. در سال ۱۹۸۸، ناشران امریکایی پانزده میلیارد دلار کتاب فروختند، حال آنکه این رقم در سال ۱۹۸۷ سیزده میلیارد دلار بوده است.

درست است که این کتابها تماماً ادبیات نبوده‌اند و شاید هم تب و هیجان آگاهی، بیش از رنسانس هنری در این افزایش دخیل باشد، ولی با همهٔ این احوال، از هر پنج امریکایی بالغ، یک نفر حداقل هفته‌ای یک جلد کتاب می‌خرد. افراد بین ۱۸ تا ۳۴ ساله هفتگی بطور متوسط ۲/۶ جلد کتاب می‌خرند و کتابها را هم می‌خوانند. شمار افرادی که ماهانه یک کتاب می‌خوانند، طبق گزارش گروه تحقیقاتی صنعت کتاب، افزایش

یافته است.

با همهٔ نفوذ و رقابت تلویزیونها، چندان تعجبی ندارد که در خانه ماندن و کتابی برای خواندن داشتن، دوباره دارد به صورت یکی از اَشکال رایج سرگرمی امریکاییها ظهور می‌کند.

کتابفروشیهای داخل مجتمعهای معظم خرید امریکا، امروزه کار کتاب خریدن را آسان‌تر کرده‌اند. و بازار کتابهای پرفروش ـ که از لحاظ تجاری عایدی خوبی برای این مجتمعها دارد ـ مدام توسعه می‌یابد.

دارا تایسون، مدیر روابط عمومی والدن بوکس که اکثرِ بیش از ۱۱۰۰ فروشگاه کتابش در ایالات متحد در مجتمعهای خرید حومهٔ شهری قرار گرفته‌اند می‌گوید: «ما به آبادیهائی در حومهٔ شهرها می‌رویم که هرگز کتابفروشی نداشته‌اند و با این کارمان کتاب را در دسترس همهٔ مردم قرار می‌دهیم.»[۲۳]

به گزارش پابلیشرز ویکلی، «ناشران جزء ـ با فروش زیر پانزده میلیون دلار ـ در سال ۱۹۸۷ سریع‌ترین نرخ رشد فروش دههٔ ۱۹۸۰ را داشتند... فروش آن سال این ناشران ۱۴/۵٪ از سال قبل بیشتر بود.»[۲۴]

ناشرانی که حتی هم‌اکنون نیز مشکل چندانی برای پیدا کردن نویسنده ندارند به هیچ‌وجه برای یافتن نویسندگان و مؤلفان تازه نگرانی ندارند، زیرا امروزه بیش از دویست انستیتو، دورهٔ فوق‌لیسانس هنرهای زیبا تأسیس کرده‌اند و حال آنکه دوازده سال پیش شمار این مؤسسات از ده، دوازده تا تجاوز نمی‌کرد.[۲۵]

رونق بازار هنر

تابلو گلهای آفتابگردان ون گوگ در حراجی به مبلغ ۳۹/۹ میلیون دلار فروخته شد و این سه‌برابر رکورد قبلی فروش تابلوهای ون‌گوگ بود و جالب‌تر اینکه تابلو گل زنبق این نقاش به بهای ۵۳/۹ میلیون دلار فروخته شد. این بتهای رنسانس امروزی تنها نمودار گوشه‌ای از رونق

بازار هنر است، و گوشهٔ دیگرش اختصاص دارد به بازار در حال رشد و نوپائی که کار چاپ و تکثیر و فروش نقاشیهای معروف و آثار هنرمندان کمتر شناخته شده را برعهده گرفته است.

دان آستین، مؤسس گالریهای آستین در شیکاگو که در سیزده فروشگاهش نسخه‌های محدود و امضاشده‌ای از آثار هنرمندان معروف را عرضه می‌کند می‌گوید: «ما از گسترش علاقه به هنر در سالنهای حراج بهره برده‌ایم. بیست سال پیش بازاری برای فروش باسمه‌های محدود آثار هنری وجود نداشت. ولی امروزه این باسمه‌ها هشتاد درصد فروش ما را تشکیل می‌دهند.»[۲۶]

به قول اقتصاددان و هنرشناس معاصر، لسلی سینگر: «امروزه نسبت افرادی که به گردآوری آثار هنری پرداخته‌اند از همیشه و حتی از خود دورهٔ رنسانس هم بیشتر است.»[۲۷]

نمایشگاههای رکوردشکن در موزه‌ها

بسیاری از ما استطاعت خرید آثار هنرمندان بزرگ را نداریم ولی آمار نشان می‌دهد که ما هم در مقابل جاذبهٔ زیبائی آثار آنان نتوانسته‌ایم بی‌اعتنا بمانیم. تنها در عرض بیست سال تعداد بازدیدکنندگان موزه‌های ایالات متحد دوبرابر شده است یعنی از دویست میلیون در سال ۱۹۶۵ به ۳۹۱ میلیون در سال ۱۹۸۴ رسیده است. ادوارد آبل، مدیرعامل سازمان موزه‌ها می‌گوید که در سال ۱۹۸۷ شمار بازدیدکنندگان از موزه‌ها به ۵۰۰ میلیون نفر رسید. شمار بازدیدکنندگان در سالهای ۱۹۸۸ و ۱۹۸۹ نیز همچنان رو به افزایش گذاشت.[۲۸] موزه‌ها با نمایشگاههای رکوردشکن خود جای خود را در میان تودهٔ مردم باز کرده‌اند، و از آن جمله است نمایشگاه گالری ملی بریتانیا که یک میلیون نفر از آن دیدن کردند و بدین ترتیب رکورد ۸۳۵٬۰۰۰ بازدیدکنندهٔ نمایشگاه کینگ توت‌عنخ آمون در سال ۱۹۷۷ شکسته شد.[۲۹]

مشکل‌پسندان ممکن است طعنه بزنند که نمایشگاههای هنری بیشتر هدفشان جلب توجه مردم عادی است ولی هیچکس نمی‌تواند منکر درآمد سرشار این نمایشگاهها بشود. درآمدی که اتفاقاً بسیار هم مورد نیاز است. از آن مهمتر، این برنامه‌ها مردم را به موزه‌رفتن عادت می‌دهند و بر شمار هنردوستان می‌افزایند.

هر روز شنبه، صدها نفر در گالریها یا نمایشگاههایی وقت می‌گذرانند که امروزه به صورت بازارهای دوران تجدد شهرهای کوچک و متوسط محل اجتماع عام است. ژاپن چهارهزار گالری هنری دارد.[30] روزانه حدود شش‌هزار نفر به سالن حراج پاریس دروئو می‌روند[31] و ناحیهٔ مینیاپولیس سنت‌پال بیش از سی گالری هنری دارد.[32] جول واکس، یکی از اعضای شورای شهر لوس‌آنجلس می‌گوید: «دوست دارم بعدازظهرهای شنبه‌ام را در یک گالری هنری بگذرانم.» واکس تخمین می‌زند که حدود یک‌چهارم حقوقش صرف آثار هنری می‌شود. او می‌گوید «هنر چیزی بیش از آرامش به انسان می‌بخشد، صِرف نگاه‌کردن به یک اثر هنری احساس رضایت فوق‌العاده‌ای نصیب من می‌کند.»[33]

هنر در لوس‌آنجلس

صحنهٔ هنری در لوس‌آنجلس، نشأت گرفته از صنعت سرگرم‌سازی مردم است ـ صرفنظر از صنایع فضانوردی، بیمه، بانکداری، نفت ـ که به قولی با قدرت هنری نیویورک رقابت می‌کند. آرنولد گلیمچر، رئیس گالری پیس در نیویورک می‌گوید «لوس‌آنجلس مستعدترین بازار هنرهای مدرن در سرتاسر کشور است.»[34]

از سال ۱۹۶۲، تاکنون، پانزده موزهٔ غیردولتی عمده در کالیفرنیا تأسیس شده است که از آن جمله‌اند: موزهٔ ۲۳ میلیون دلاری هنرهای معاصر کار آرشیتکت معروف آراتا ایسوزاکی و ساختمان ۳۵ میلیون دلاری رابرت اندرسن در موزهٔ کانتی ارل پاول، کارمند موزهٔ کانتی

می‌گوید: «سابقاً، ساختمان موزه‌ها، مکانهای منزوی تنگ و تاریکی بشمار می‌رفتند و حال آنکه امروزه مانند بازدیدکنندگانشان، مظهر روشنی و دلبازیند، بازدیدکنندگانی که در جستجوی چیزی جالب‌تر از پیک‌نیکهای با کوله‌پشتی آخر هفته‌اند.»[۳۵]

مرکز هنری ج. پل گتی که قرار است به عنوان کعبهٔ آمال تشنه‌کامان هنر در سال ۱۹۹۲ افتتاح شود، به دلالت قوانین مالیاتی ایالات متحد ملتزم است که از سال ۱۹۸۶ هفته‌ای ۲/۴ میلیون دلار صرف خرید آثار هنری و اجرای طرحهایش بکند.[۳۶] تازه این رقم مهمی نیست چون مجلهٔ آرت اند انتیکس (هنر و عتیقه) در دسامبر سال ۱۹۸۶ پیش‌بینی کرد که تا سال ۲۰۰۰ کمکهای داوطلبانه تا ده میلیارد دلار افزایش خواهد یافت و این بدان معنی خواهد بود که موزه ناچار است هر روز هفته دو میلیون دلار خرج کند.

بازار رو به رونق هنر

توماس هاوینگ، سردبیر کنویسور و مدیر سابق موزهٔ هنری متروپولیتن نوشت «عصر، عصر هنرزدگی است و تمدن ما هنر را ضامن دوام و فناناپذیریش می‌داند.»[۳۷] بی‌شک مقامات تالارهای حراج سائبی و کریستی معماران اصلی این جاودانگی‌اند. در سال ۱۹۸۷، معاملات این دو تالارِ حراج از مرز یک میلیارد دلار گذشت. در فصل حراج ۸۹–۱۹۸۸، مجموع فروش این دو تالار عظیم از چهار میلیارد دلار هم فراتر رفت. رقمی که بمراتب بالاتر از تولید ناخالص ملی جامائیکاست.[۳۸]

برطبق شاخصهای جدید هنری، سائبی در سال ۱۹۸۸ درآمد حاصل از فروش آثار امپرسیونیستی ۷۳/۶٪ و نقاشیهای مدرن (مربوط به سالهای ۱۹۰۰ تا ۱۹۵۰) ۵۰/۳٪ افزایش داشته است و حال آنکه شاخص معاملات سهام استاندارد اند پورز فقط ۱۷٪ افزایش داشته است.[۳۹] می‌دانید چه

تعداد انبوهی از مردم به خرید آثار هنری صرفاً به عنوان نوعی سرمایه‌گذاری روی آورده‌اند؟ آقای هاوینگ عقیده دارد که «تمایل روزافزون به تعیین ارزش کار یک هنرمند تنها با استناد به قیمت خرید و فروش آن تهوع‌آور است» و حال آنکه کلکسیونرها نظر دیگری دارند. به قول آشر ادل‌من، کلکسیونر نیویورکی «گرچه من به حکم دلم به گردآوری آثار هنری پرداخته‌ام اما رقابت مادی برای خرید آثار هنری باعث خلق آثاری بیشتر و درنتیجه ارزنده‌تر خواهد شد.»[۴۰]

رونق موزه‌ها

رقابتهای هیجان‌انگیز خریداران برای افزودن به ذخایر هنری موزه‌های ویتنی و گوگن‌هایم، سرفصل خبرنامه‌ها را به خود اختصاص داده است، آن هم در حالیکه همه روز موزه‌های جدیدی در تقریباً تمامی شهرهای عمدهٔ ایالات متحد از دالاس و آتلانتا و میامی گرفته تا سن‌آنتونیو و پورتلند افتتاح می‌شود و سالنهای تازه‌ای به موزه‌های بوستون، بالتیمور، آکرون، مینیاپولیس و سن‌خوزه افزوده می‌گردد.

موزهٔ هنرهای مدرن اخیراً توسعهٔ چشمگیری یافته است و بخش لیلا آچسن والاس در موزهٔ متروپولیتن نیویورک حتی از گوگن‌هایم یا ویتنی هم پیشی گرفته است.

در خلال سالهای ۱۹۷۷ و ۱۹۸۸، مبلغی بیش از پنج میلیون دلار صرف اجرای طرحهای توسعهٔ حدود ۹۲ موزه در ایالات متحد شد. به گزارش اتحادیهٔ مدیران موزه‌های هنری:

* انستیتو هنری شیکاگو یک ساختمان جدید ۲۳ میلیون دلاری برای هنرهای مدرن و معاصر در پاییز ۱۹۸۸ افتتاح کرد.[۴۱]
* فورت لادِردِیل فلوریدا دیگر تنها مکانی برای استراحت و گردشهای بهاری نیست بلکه یک موزهٔ هنری ۷/۵ میلیون دلاری

در آن ایجاد شده که بتواند به جای یک درصد، نیمی از موجودی آثار هنری‌اش را در آنجا به نمایش بگذارد.
* موزهٔ آتلانتا در ساختمان جورجیا پاسیفیک افتتاح شد با صرف سه میلیون دلار هزینه‌ای که قسمت اعظمش را جورجیا پاسیفیک اهدا کرده بود. بازدید از این موزه مجانی است.

اگرچه مردم حاضرند برای بازدید از موزه‌ها پول خوبی بپردازند، و نمونه‌اش اقدام مردم سیاتل است، جایی که رأی‌دهندگانش در سال ۱۹۸۶ با وضع مالیات هشت‌ساله‌ای بر مستغلات موافقت کردند تا بتوانند ۲۹/۶ میلیون دلار برای احداث موزهٔ جدیدی در سال ۱۹۹۰ جمع‌آوری کنند.[۴۲]

رونق موزه‌ها در اروپا

در اروپا رونق موزه‌ها وضع خارق‌العاده‌ای به خود گرفته است. در فرانسه و انگلستان و ایتالیا چندین موزهٔ جدید افتتاح شده است. ولی آلمان غربی با ایجاد ۳۰۰ موزهٔ تازه گوی سبقت از دیگر کشورهای اروپایی ربوده است. در مونیخ و فرانکفورت و مونشن گلادباخ و اسن و اشتوتگارت، موزه‌ها و گالریهای جدیدی افتتاح شده است.[۴۳] شهر کلن که دارای هشت موزه است در سال ۱۹۸۵ معادل نصف بودجه‌ای را که دولت فدرال به کارهای هنری تخصیص داده بود، در محل، صرف خرید آثار هنری کرد.

فرانکفورت بیش از دیگر شهرهای آلمان غربی به هنر توجه داشته است و معادل ۱۱٪ بودجه‌اش را صرف آثار هنری کرده است. در فرانکفورت از سال ۱۹۸۰ تاکنون هشت موزهٔ جدید افتتاح شده است از جمله موزهٔ تاریخ یهودیت و موزهٔ بتها.[۴۴]

فرانسویها به پیروی از سنت دیرینه، با تبدیل ساختمانهای قدیمی به

موزه، جان تازه‌ای در آنها می‌دمند. لوور، قصری سلطنتی بود و موزهٔ پیکاسو، عمارتی مجلل. «شهر علم و صنعت» در لاویِت، در محل کشتارگاه قدیمی پاریس بنا شده است.

موزهٔ جدید اورسه، روزگاری ایستگاه قطار باشکوهی بود که به مناسبت نمایشگاه سال ۱۹۰۰ پاریس ساخته شده بود. این موزه که جای مرکز پمپیدو را گرفته است، با لوله‌کشیهای زمخت و رنگین روی کار و هواکشهایش، یکی از عجایب معماری است که فرانسویها خوششان می‌آید از آن ابراز تنفر کنند (درست همان برخوردی که در اوایل نسبت به برج ایفل داشتند) ولی درعوض با استقبال انبوه خارجیان مواجه شده است. هنرشناسان و باستان‌شناسان امریکایی، عموماً از ساختمان این موزه خوششان آمده است ـ و چهار میلیون نفر در اولین سال افتتاحش از آن دیدن کرده‌اند.[۴۵]

موزهٔ شخصی

روزگاری تصاویر پیشوایان رنسانس را بر در و دیوار محراب کلیساها نقاشی می‌کردند و امروزه بشردوستان یا شخصاً به تأسیس موزه همت می‌گمارند یا نامشان بر دیوارهای موزه‌ها نقش می‌بندد. ترا و دو مِنیل هم به ردهٔ هیرش‌هورن و ویتنی و گوگن‌هایم پیوسته‌اند. البته نیکوکاران امروزی ترجیح می‌دهند کمکهایشان را به شهر زادگاهشان، شهرهایی از قبیل هوستون و دنور یا شیکاگو اهدا کنند. مثلاً در همین شیکاگو، دانیل ترا، ۳۵ میلیون دلار خرج ساختمان موزهٔ هنرهای امریکایی ترا کرده است و این تازه طلیعهٔ طرح سه‌مرحله‌ای مجتمعی هفتاد میلیون دلاری است که قرار است تا سال ۱۹۹۵ تکمیل شود.[۴۶]

در هوستون، کلکسیون ۲۵ میلیون دلاری دومنیل، شامل ده‌هزار اثر هنری کوبیست و سوررئالیست و آثار نقاشی معاصر و همچنین مجسمه‌های افریقائی و اشیاء عتیقهٔ مدیترانه‌ای است. همهٔ موزه‌های جهان

نگاه مشتاقانهٔ خود را به این گنجینهٔ نفایس دوخته بودند ولی خانم دومینیک دو منیل ترجیح داد آن را وقف موطن مورد علاقه‌اش هوستون کند. او می‌گوید «گرچه من از گردآوری آثار هنری لذتها برده‌ام ولی از اینکه توانستم آنها را در معرض تماشای عموم بگذارم لذتی بمراتب بیشتر نصیبم شده است.»[۴۷]

چارلز شیپمن پیسون در جستجوی مأمنی برای تابلوهای نقاشی «وینسلوهومر»ش چندین موزهٔ مهم را در نیوانگلند مورد بررسی قرار داد تا بالاخره همهٔ تابلوها را همراه ۱۷ میلیون دلار برای احداث ساختمانی جدید به موزهٔ هنری مِین در پورتلند اهدا کرد.[۴۸]

ویلیام فاکسلی، بنای تاریخی ناوار را در دنور بازسازی کرد تا مجموعهٔ آثار هنرمندانی را که در خلال جنگهای داخلی و جنگ جهانی دوم، یا در غرب می‌زیستند یا بدانجا سفر کرده بودند، در آن، جای دهد. مجموعه‌ای که با داشتن آثاری از رمینگتون و بلومنشاین و اوکیفی، مجلهٔ آرت اند اُکشن آن را «آخرین کلکسیون بزرگ در نوع خود» نامیده است.

زمانی که ویلهلمینا و والاس هلادی در جستجوی موزهٔ مناسبی بودند تا مجموعهٔ خودشان را که مشتمل بر آثار زنان هنرمند بود بدان اهدا کنند، نومیدانه متوجه این واقعیت شدند که آثار هنرمندان زن تنها ۳% آثار هنری موزه‌های بزرگ را تشکیل می‌دهد. درحالیکه آینده‌نگران اصرار داشتند که باید سهم بیشتری از موزه‌ها به معرفی آثار زنان اختصاص یابد، خانم هلادی با صرف پانزده میلیون دلار و تهیهٔ ساختمانی بزرگ و استخدام مشاوران هنری و مدیران و کارمندان لازم، پس از شش سال تلاش مداوم موفق شد «موزهٔ ملی زنان در زمینهٔ هنر» یعنی اولین موزه‌ای را که صرفاً به هنرمندان زن اختصاص یافته بود، در سال ۱۹۸۷ در واشینگتن دی‌سی، افتتاح کند.[۴۹]

اقتصاد رنسانس مدرن

وقتی که له دیشارون رئیس شرکت بیمه، پیشگامانه داوطلب شد که ارکستر سمفونیک بالتیمور را در ساختن بنایی ۴۰ میلیون دلاری، آن هم در عرض تنها ۲۲ ماه یاری کند، خطاب به اعضای ۶۷ گروه تجاری به استدلال می‌پردازد که در مری‌لند تعداد مردمی که برای شنیدن برنامهٔ ارکستر سمفونیک حاضر شده بودند (سیصد و پنجاه‌هزار نفر)، بیش از افرادی است که به تماشای بازیهای فوتبال بالتیمور کلتس رفته بودند (البته کلتس‌ها بعد از آن تاریخ به ایندیاناپولیس رفتند که آن را شهر ورزش‌دوستی تشخیص داده بودند).[۵۰]

دیشارون می‌افزاید: «باید در عمق مسئله دقت کنید تا واقعیتهایی را دریابید و بدانید که یک ارکستر سمفونیک هم به اندازهٔ یک فرودگاه مجهز یا یک تیم بیس‌بال، برای تکمیل محیطی که باب طبع مردم باشد و خلایق را مجذوب شهری کند، ضرورت دارد. این، به قول آقای دیشارون «واقعیتها»، بسیار جالب توجه هستند:

* مرکز نمایشی کلیولند که از سه تماشاخانه تشکیل شده است، حدود ۳۵ میلیون دلار به بازار مرکزی شهر سرازیر می‌کند.
* یک تحقیق از سوی اتاق بازرگانی لوس‌آنجلس، حاکی از آن است که مجموع درآمد شهر از برنامه‌های هنری‌اش بالغ بر پنج میلیارد دلار است.
* در انگلستان، هنر یک صنعت ۱۷ میلیارد دلاری است، درست هم‌ارز صنایع اتومبیلسازی آن کشور، و ۲۷ درصد از کل درآمدهای توریستی مملکت مستقیماً محصول فعالیتهای هنری است.[۵۱]

پربازدیدکننده‌ترین بنای تاریخی جهان نه برج ایفل است و نه تاج‌محل، بلکه جائی است به نام «مرکز ژرژپمپیدو»، همان بنایی که فرانسویان به یادبود رئیس‌جمهور فقیدشان ساختند و گنجینهٔ هنر و معماری مدرن است (با جلوه‌های درونی و رنگهای روشنش). این مرکز با هشت میلیون بازدیدکنندهٔ سالانه‌اش، بازار برج ایفل را (با ۴/۱ میلیون بازدیدکننده) شکسته است و هم‌اکنون پربیننده‌ترین بنای یادبود جهان است.[۵۲]

یک جامعهٔ هنری فعال نقش مؤثری دارد در تصمیم‌گیری مؤسسات برای انتخاب محل استقرارشان و تصمیم‌گیری مردم برای انتخاب محل کارشان. دیوید بیرچ، کارشناس توسعهٔ تجاری و مدیر برنامهٔ ام‌آی‌تی در مورد «تغییرات همجواری و منطقه‌ای» می‌گوید که جوامع هنری برای جذب مؤسسات باید توجه بیشتری معطوف اجرای سمفونیها و نمایشگاههای هنری و برنامه‌های باله و اپرا بکنند.[۵۳] امریکاییها احساس می‌کنند که هنر تا چه اندازه از ضروریات حیات است؛ ۹۲٪ امریکاییها عقیده دارند که هنر نقش مهمی در کیفیت زندگی اجتماعی‌شان ایفا می‌کند.[۵۴]

شرکت نفتی موبیل که در آگهیهای تبلیغاتی‌اش مؤسسات را به حمایت از هنر ترغیب می‌کند، عقیده دارد که هنر می‌تواند محرک توسعهٔ اقتصادی باشد و مشوق فعالیتهای بازرگانی و طرحهای خانه‌سازی و ترویج صنعت جهانگردی و بوجودآورندهٔ مشاغل تازه.

لی هامیلتون، نمایندهٔ ایالت ایندیانا در کنگره می‌گوید: «هنر، علاوه بر یک منبع فرهنگی، یک منبع اقتصادی نیز هست. پولهائی که صرف خرید آثار هنری و هنر بطور کلی می‌شود، بر اقتصاد کل جامعه اثر می‌گذارد، اثری مضاعف. هنر، سرمایهٔ جذب توریست است، و مایهٔ جلب سرمایه و صنعت و رونق تجارت و ترقی ارزش املاک.»[۵۵]

کمیتهٔ مخصوص تشویق هنر و توسعهٔ اقتصادی شهرداران بدین نتیجه رسیده است که واشینگتن دی‌سی باید مراکز هنریش را در حکم مرکزی

صنعتی بداند و در آن سرمایه‌گذاری اساسی کند.[۵۶] و پگی کوپر کافریتز، یکی از اعضاء همین کمیته که خود از هنرمندان فعال است گفت «ما از تمام رسانه‌های همگانی اعم از تلویزیون و رادیو و روزنامه‌ها و مجلات، انتظار داریم همانطور که دربارهٔ فلان تیم ورزشی بحث و انتقاد و تبلیغ می‌کنند، به مسائل هنری نیز توجه داشته باشند.»

فستیوالهای تابستانی و فاکتور «رنوار»

نمایشگاههای لبریز از جمعیت موزه‌ها و فستیوالهای تابستانی، عوامل مهمی است برای افزایش درآمد رستورانها و هتلها و مغازه‌ها و پارکینگها، و بطورکلی اقتصاد منطقه. نمایشگاه سال ۱۹۸۵ مارک شاگال در موزهٔ هنری فیلادلفیا، ۷/۵ میلیون دلار به اقتصاد شهر تزریق کرد. نمایشگاه آثار رنوار در موزهٔ هنرهای زیبای بوستون تنها در عرض سه ماه، سی میلیون دلار برای هتلها و رستورانها و مغازه‌ها و وسایط نقلیه درآمد داشت.

نمایشگاه «ون گوگ در آرل» که در موزهٔ هنری متروپولیتن نیویورک برگذار شد، ۲۵۲٬۶۰۴ نفر غیرنیویورکی را به این شهر کشاند و این جماعت ۲۲۳ میلیون دلار صرف هتل و رستوران و تفریح و حمل و نقل و خرید کردند. این رقمی بود که غیرنیویورکیها خرج کرده بودند، اما هنوز کسی به تحقیق در این مسئله توجه نکرده است که دویست هزار نیویورکی دوستدار ون‌گوگ چه مبلغی خرج کرده‌اند.[۵۷]

اگر امکان ایجاد نمایشگاهی در موزهٔ شهر شما نباشد، می‌توانید با راه انداختن یک فستیوال به همان اندازه درآمد داشته باشید. در طول فستیوال سه‌هفته‌ای در ادینبورگ اسکاتلند، یکصدهزار بازدیدکننده حدود هشتاد میلیون دلار خرج کردند.[۵۸]

از برکت فستیوال امریکایی اسپولتو در چارلستون واقع در کارولینای

جنوبی، در طول ده سال گذشته، هشتادهزار تن دوستداران هنر و موسیقی، مبلغ سیصد میلیون دلار به اقتصاد ایالت کارولینای جنوبی کمک کرده‌اند. این فستیوال که بنیانگذارش جیان کارلو منوتی بوده است، جشنی هنری است که همه‌ساله اصلاً در «اسپولتو»ی ایتالیا برگذار می‌شود و اکنون در شهر چارلستون به عنوان دومین مرکز این مراسم و از برکت آن ده، دوازده مؤسسهٔ جدید هنری پا گرفته است.

از شهرهای بزرگ تا شهرکهای کوچک دورافتاده

یک دلیل استقبال بی‌سابقهٔ مردم از اپرا و تئاتر و سمفونی این است که ساکنان شهرهای کوچک و متوسط و حتی مناطق روستایی هم می‌توانند تولیدات هنری شهرشان را در مناسب‌ترین صحنه‌ها و جلوه‌گاهها، تماشا کنند. و تأسیس همین سالنها و تماشاخانه‌ها زمینهٔ مناسبی برای توسعهٔ اقتصادی منطقه فراهم می‌کند.

در اورنوی دورافتاده در ایالت مِین، کمکهای مالی مردم باعث ایجاد ساختمانی ۷/۵ میلیون دلاری به عنوان مرکز هنری مِین در محوطهٔ دانشگاه این شهر شد. و در سال ۱۹۸۶ تالار کنسرت ۱۶۲۸ نفری این مرکز با ابهت و شکوهی هرچه تمامتر و با حضور موسیقی‌دانانی چون آیزاک استرن و یو-یو ما افتتاح شد. و هم‌اکنون در دقایقی که بین اجرای قطعات موسیقی تنفس داده می‌شود، حضار می‌توانند گشتی در موزهٔ مجسمه‌های دوران قبل از کشف امریکا که دورتادور تالار کنسرت را احاطه کرده است، بزنند. و از همه مهمتر و بهتر، مردم مِین می‌توانند در شهر خودشان شاهد اجراهای درجه‌یک باشند و دیگر مجبور نگردند زحمت پنج ساعت رانندگی تا بوستون را بر خود هموار کنند.

وجود این مرکز، «قیافه‌ای فرهنگی» به شهر می‌بخشد، همان عاملی که برای جذب مؤسسات تحقیقاتی و سرمایه‌گذاری به مِین شمالی ضرورت دارد. و این موقعیت برای مِین شمالی که تاکنون از رونق و شکوفایی

اقتصاد ایالات جنوبی بی‌نصیب افتاده بود، اهمیتی خاص دارد. جول کاتز، مدیرعامل مرکز می‌گوید «بارها از شهر ما به عنوان مرز دنیای متمدن یاد کرده‌اند.»[۵۹] ولی امروزه ارنوی مِین از مزیت دوگانه‌ای برخوردار است که در قلب جنگلهای کاج، صاحب امکانات پیشرفتهٔ هنری است.

بزرگترین موزهٔ هنرهای معاصر جهان به وسعت پانصد هزار فوت مربع، نه در پاریس است و نه در نیویورک و نه در توکیو، این موزهٔ عظیم در نورث آدامس در ایالت ماساچوست قرار دارد.

در یک شهر صنعتی در فاصلهٔ سه ساعتی غرب بوستون، یک مجتمع صنعتی تعطیل شده با بیست و هشت دستگاه ساختمان متروک به یک مجموعهٔ هنری پنجاه میلیون دلاری به نام موزهٔ هنرهای معاصر ماساچوست یا «موکا» (MOCA) تبدیل خواهد شد. دولت با اخذ وثیقه با یک وام ۳۵ میلیون دلاری موافقت کرد و هنوز پانزده میلیون دلار دیگر باید فراهم شود تا کار سامان یابد، اما از هم‌اکنون که حرف تأسیس این موزهٔ جدید سر زبانها افتاده است، قیمتهای رو به کاهش املاک، دوباره رونق گرفته و بالا رفته است.[۶۰]

محل کارخانهٔ اسلاس فِرنیس، یک کارخانهٔ ذوب‌آهن قدیمی در بیرمنگام آلاباما که در سال ۱۸۸۱ بنا شده است هم‌اکنون به یک موزه و مرکز هنری تبدیل شده و در خدمت ارکستر سمفونیک و گروه بالهٔ ایالتی آلاباما قرار دارد. موزهٔ هنر بیرمنگام، گروههای رقص، تئاتر آوانگارد و کلوب موسیقی بیرمنگام هم بخش دیگری از مجموعهٔ هنری شهر را تشکیل می‌دهند و کلوب موسیقی بیرمنگام گروههای پرآوازه‌ای از قبیل اپرای نیویورک‌سیتی و سمفونی پراگ و بالهٔ ملی کانادا را به این شهر می‌کشاند.[۶۱]

آرتور اَپلتن نیکوکار، رئیس سابق شرکت الکتریکی اپلتن در شیکاگو، اکنون پنجاه سال است که جزو کلکسیونرهای پروپاقرص آثار هنری است. وی خانهٔ دومش را در اُکالای فلوریدا (۶۲٬۰۰۰ نفر جمعیت) برای تأسیس موزهٔ اپلتن برگزید زیرا به قول خودش «گرچه موزه‌های

عظیمی در شیکاگو و نیویورک و بوستون و دیگر شهرهای بزرگ وجود دارد... اما یک شهر کوچک هم حق دارد موزهٔ خوبی داشته باشد. «آقای اپلتن با اهدای مبلغ هشت میلیون دلار به تأسیس و تجهیز بنای زیبائی همت گماشت که نشریهٔ سنتینل اُرلاندو از آن به عنوان «تاج‌محل» ثانی یاد کرد. شهرداری هم با تخصیص چهل و چهار جریب امریکایی زمین در این کار شرکت جست.[۶۲]

روحیهٔ نیکوکاری مشوق عمده‌ای است برای ایجاد مراکز هنری محلی. ولی بیشتر جوامع ناچارند مراکز هنری خود را به شیوهٔ قدیمی، یعنی با بکار انداختن نیروی انسانی و صرف مهارتها و همکاریهای دسته‌جمعی و به عبارت دیگر با عرق جبین بسازند.

بخش شِرمن کانزاس که یک بخش کشاورزی است با جمعیتی فقط هفت‌هزار نفر، کتابخانهٔ بلااستفادهٔ کارنگی را در گودلند کانزاس در عرض هشت ماه، تبدیل به مرکز هنری کارنگی کرد، هزینهٔ تأسیس مرکز با تحمل زحمات فوق‌العاده و برگذاری نمایشگاههایی برای فروش کارهای دستی و خوراکی و برپاکردن مراسم حراج افتخاری و گاردن‌پارتیهای خیریه و خدمات داوطلبانه تأمین شد.[۶۳] بر اثر این تلاشها بود که شورای هنر گودلند توانست ۷۵٬۰۰۰ دلار بدست آورد و پای هنر را به منطقه‌ای زراعی باز کند.

کسانی هم که برای نمایش آثار هنرمندان ناشناس و درجه‌سه در شهرهای بزرگ پیشقدم می‌شوند معنی عرق جبین ریختن را می‌دانند. رؤیای دو زن از اهالی فلوریدا، به نامهای فیت اَتلَس و هلن پَن‌کوست، هنگامی به حقیقت پیوست که نانوایی قدیمی شهر میامی که در مرکز شلوغ شهر قرار داشت، به یک مجتمع هنری ۲/۲ جریبی تبدیل شد که شامل استودیوی کار برای هفتاد هنرمند بود به اضافهٔ چندین گالری و کلاس و اتاق کنفرانس. همان که امروزه به نام «مجتمع هنر نانوایی» معروف است.[۶۴] نانواییهای امریکایی با اهدای دویست و پنجاه‌هزار دلار تجهیزات این مجتمع را تقبل کردند و خود مؤسسان نیز موفق شدند

مبلغ سیصدهزار دلار از مردم شهر و روستا جمع‌آوری کنند. بنا به تحقیقی که از سوی بنیاد راکفلر انجام شد، تخمین زده می‌شد که تا سال ۱۹۹۰ هنرمندان بخش دِید به هیجده‌هزار نفر خواهد رسید. اکنون زمان رونق‌گرفتن بخشها و روستاها فرارسیده است.

مشاغل و موقعیتهای جدید در کارهای هنری

روزگاری پدر و مادرها دعا می‌کردند که فرزندشان نقاش یا موزیسین یا هنرپیشه نشود. ولی امروزه رونق بازار هنر، چشم‌اندازهای مشاغل تازه‌ای پیش رو گسترده است. جوانها با فعالیت در ارکسترهای محلی و گروههای نمایش محلی، امکانی نصیبشان شده است که هم به حرفهٔ مورد علاقه‌شان بپردازند و هم درآمدی (البته در سطح متوسط) داشته باشند.

* جان پ. رابینسون، جامعه‌شناس دانشگاه مری‌لند در امریکن‌دموگرافیکس می‌نویسد: «در دهۀ گذشته، تعداد نقاشان و نویسندگان و رقصندگان، حدود هشتاد درصد افزایش یافته است ـ که این رقم سه‌برابر سریع‌تر از نرخ رشد تمامی مشاغل است و بمراتب بیشتر از میزان رشد دیگر «مشاغل تخصصی» است.»[۶۵]
* در خلال سالهای ۱۹۶۰ و ۱۹۸۰، نیروی کار ایالات متحد ۴۳٪ افزایش یافت حال آنکه شمار هنرمندان و نقاشان و نویسندگان و هنرپیشگان افزایشی معادل ۱۴۴٪ را نشان می‌دهد.[۶۶]
* حتی در طول دهۀ ۱۹۸۰، یعنی زمانی که ایالات متحد با سرعت بی‌سابقه‌ای به ایجاد مشاغل جدید پرداخته و فی‌المثل از سال ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۸ تعداد شانزده میلیون شغل تازه ایجاد کرده بود، باز هم نرخ رشد مشاغل در حوزه‌های هنری، سریع‌تر از رشد عمومی مشاغل بود.[۶۷]

طبق گزارش مرکز آمار، امروزه ۱/۵ میلیون امریکایی مشاغل هنری دارند. این عده یا هنرپیشه و کارگردان و گوینده و طراح و نویسنده و رقصنده و موزیسین و مصنف و نقاش و مجسمه‌ساز هستند یا به کارهای دستی و عکاسی اشتغال دارند یا مربیان تحصیلکرده‌ای هستند در رشته‌های هنر و تئاتر و موسیقی.[۶۸]

ولی این رقم ۱/۵ میلیونی، شامل افرادی که در مشاغل وابسته به هنر فعالیت دارند نمی‌شود. یعنی افرادی چون صاحبان و کارکنان فروشگاههای پوستر و قاب‌فروشی، دلالان و واسطه‌های هنری، فروشندگان نوارها و صفحات موسیقی، مدیران تبلیغاتی، مؤسسان مراکز هنری و کارکنان تلویزیون دولتی و نمایندگان و سخنگویان هنرمندان و مشاوران هنری، در این آمار به حساب نیامده‌اند.

جودیت ا. جِدلیکا، رئیس کمیتهٔ تجاری آثار هنری می‌گوید که «امروزه بیشتر مؤسسات به فکر استخدام افرادی افتاده‌اند برای نظارت بر کلکسیونهای هنری‌شان.»[۶۹] برخی از این مؤسسات مستقیماً مشاوران هنری خود را استخدام می‌کنند و برخی دیگر با پرداخت حق دلالی به واسطه‌ها، بین مؤسسهٔ خود و هنرمندان یا گالریهای هنری رابطه برقرار می‌نمایند.

جودیت سلکوویتز در نیویورک یک مشاور هنری است و شرکتها و مؤسسات را در خرید هر چیز «از چند پوستر برای دفتر منشی گرفته تا خرید تابلو و مجسمه برای آسمانخراشهای پنجاه‌طبقه»، راهنمایی می‌کند. تامارا توماس، از شرکت خدماتی هنرهای زیبای لوس‌آنجلس سالانه معادل سه میلیون دلار آثار هنری برای بانکها و شرکتهای ساختمانی و دفاتر حقوقی و مؤسسات خدمات عمومی خریداری می‌کند.

رنسانس هنری، در مواد درسی آموزشگاهها نیز تغییراتی بوجود

آورده است. انستیتو تکنولوژی ماساچوست (MIT) اعلام کرد که دانشجویان دورهٔ لیسانس این مرکز باید بیش از گذشته به «مطالعهٔ منظم در مقولات هنر و علوم انسانی و اجتماعی» بپردازند.

رئیس انستیتو تکنولوژی ماساچوست، پل ای. گری می‌گوید: «هر مهندس و مکانیکی... در چارچوب یک سیستم اجتماعی، زندگی و فعالیت دارد و لازم است که فرهنگ و ارزشهای انسانی را درک کند. دروس علوم انسانی را نباید دروسی تنفسی و تشریفاتی پنداشت.»[۷۰] برای اولین بار ام‌آی‌تی، علاوه بر دروس فنی، واحدهائی انتخابی هم از فلسفه گرفته تا مسائل مربوط به حقوق زنان در برنامهٔ تحصیلی‌اش گنجانده است.

مشاغل تازه در حوزه‌های هنری

تجدید حیات امروزی هنر، موقعیتهای شغلی جدیدی در زمینه‌های هنری بوجود آورده است.

هرچه باشد بالاخره این تابلوهای گرانقیمتی که در حراج ساتبی یا حتی یک گالری محلی خریداری شده، باید با یک وسیلهٔ مطمئنی جابجا شود. بالاخره کسی باید باشد که بتواند این گنجینه‌های گرانبها را جابجا کند. شرکت فاین آرت اکسپرس که مقرّش در بوستون است، آثار خریداری شده را در جعبه‌هایی که مخصوص همین کار تعبیه شده است قرار می‌دهد، آن را بیمه می‌کند و با کامیونهایی که حرارت داخلیش کنترل شده و مجهز به آژیر خطر و دزدگیر است، به مقصد می‌فرستد.

دنسورس که یک شرکت مخصوص ارائهٔ خدمات بازاریابی برای هنرمندان است و دفتر اصلی‌اش در دالاس است، رقصندگان را با کمپانیهای باله در سرتاسر کشور مرتبط می‌کند. هر بالرین مبلغ صد دلار به شرکت می‌پردازد و شرکت در مقابل دریافت این مبلغ نوارهائی ویدیوئی از صحنه‌های رقص هنرمند به‌اضافهٔ مطالبی در شرح حال و

سوابق کارش تهیه می‌کند و برای کمپانیهای باله‌ای که ممکن است علاقه‌مند به همکاری با او باشند، می‌فرستد.

هیچ پیش آمده که روزی تابلویی را در موزه‌ای ببینید و با خودتان بگویید چقدر مناسب خانه یا اتاق من است و بعد وقتی سراغ کپی آن را بگیرید به شما بگویند که نسخه‌هایش محدود بود و بزودی تمام شد و دیگر موجود نیست؟ اینجاست که شرکت «کپی‌یابان» که دفتر اصلیش در نیویورک است و خدماتش را از طریق پست انجام می‌دهد به دادتان می‌رسد و به تقاضای شما به جستجو می‌پردازد و سرانجام نسخه‌ای از آن تابلو را از هر جا که باشد پیدا می‌کند، قابش می‌گیرد و برایتان می‌فرستد. دلیان مور، مؤسس این شرکت می‌گوید: «اگر تابلویی تکثیر شده و حتی یک نسخه از آن کپی شده باشد، آنقدر می‌گردیم تا حتماً پیدایش کنیم.»

توضیحات شفاهی صحنه‌ها، افراد نابینا را هم به تماشاخانه‌ها کشانده است. در این سیستم با استفاده از میکروفون و گوینده و گوشی، جزئیات صحنه‌های تئاتر از حرکات هنرپیشگان گرفته تا کیفیت لباسها و دکورها، برای نابینایان توصیف می‌شود. این شیوهٔ بدیع که اکنون در بیش از بیست تئاتر در اوهایو بکار گرفته شده از ابتکارات دکتر مارگارت فستیل و کودی فستیل است.[۷۱]

با افزایش نفوذ هنر در جامعه، مردم و مؤسسات و گروهها و شهرهای بزرگ و کوچک نیز بیش از پیش سرنوشت خود را به دست هنر سپرده‌اند و هنر در دیدگاه و شخصیت و شیوهٔ زندگیشان اثر گذاشته است.

شما اعم از اینکه دانشمند باشید یا حسابدار یا بساز و بفروش، یا کاسب جزء، به‌هرحال این گرایش عمده بر شیوهٔ زندگی و برنامه‌ریزی شغلی و مبارزات تبلیغاتی و همهٔ نقشه‌هایتان اثر می‌گذارد.

اعتماد به نفس: پایه‌ریزی رنسانس

در امریکا مطالب بسیاری در زمینهٔ کمبود بودجه‌های هنری منتشر شده است و بحث بر سر این مسئله است که با کاهش بودجه‌های هنری دولت فدرال و غیره، سازمانهای هنری در حال از بین‌رفتن‌اند و نخواهند توانست به حیات خود ادامه دهند. اگر این حرفها درست باشد پس این سازمانها چطور می‌خواهند تا فرارسیدن رنسانس دهۀ ۱۹۹۰ خودشان را سرپا نگاه دارند؟

هنر در ایالات متحد تحت حمایت بزرگترین حامی خود قرار دارد، یعنی گروه کاسب‌پیشگان امریکا، همان گروهی که الگوی آن دسته از برنامه‌ریزانی است که در اروپا می‌کوشند از دولت رفاه عمومی فاصله بگیرند. کمپانیهای امریکایی می‌کوشند با استفاده از هنر، مصرف‌کنندگان توانگر جامعه را به طرف خود جذب کنند یا محصولات خود را با شاهکارهایی از هنرهای زیبا تبلیغ کنند.

در دهۀ ۱۹۹۰، رابطهٔ کمپانیهای بزرگ با هنر بیشتر خواهد شد، گرچه این رابطه بیش از آنکه جنبهٔ هنردوستی داشته باشد از منفعت‌طلبی کاسبکارانه است؛ در این دهه مبالغ بیشتری از دلارهای کمپانیها نصیب سازمانهای تسلیم‌پذیر هنری-تجاری خواهد شد. کاهش بودجهٔ هنری دولت فدرال بدین منظور صورت گرفته است که هنرمندان و مؤسسات هنری بدون اتکاء به دولت به فکر تأمین منابع مادی باشند. این اقدام دولت فدرال اگرچه در بادی نظر ناخوشایند است اما سرانجامش به تقویت هرچه بیشتر مؤسسات هنری منتهی خواهد شد.

دولت ایالات متحد در سال ۱۹۸۸، بودجه‌ای معادل ۱۶۷/۷ میلیون دلار برای فعالیتهای هنری اختصاص داد.[۷۲] در سال ۱۹۸۸ هزینهٔ سرانهٔ هر امریکایی برای مسائل دفاعی ۱۱۴۳ دلار، آموزشی ۷۴ دلار، و هنر تنها ۷۰ سنت بوده است.[۷۳] گرچه بسیاری از هنردوستان این مبلغ اندک را

خجالت‌آور می‌دانند اما این را هم باید قبول کنند که این خست دولت، انگیزهٔ مساعدی ایجاد کرده است تا شرکتهای بزرگ، سالانه یک میلیارد دلار به فعالیتهای هنری اختصاص دهند و این رقم در مقایسه با ۲۲ میلیون دلار سال ۱۹۶۷ (سال «جامعهٔ بزرگ») ۴۵ برابر افزایش یافته است.[۷۴]

در عین حال، بودجهٔ کارهای هنری در ایالتها و مناطقی که هنر می‌تواند به توسعهٔ اقتصادیشان خدمت کند، رو به افزایش است. پنجاه ایالت امریکا جمعاً ۲۶۸/۳ میلیون دلار در سال مالی ۱۹۸۹ به هنر اختصاص دادند که این رقم افزایشی معادل ۱۱% را نسبت به سال ۱۹۸۸ نشان می‌دهد.[۷۵]

شیوهٔ تأمین هزینهٔ فعالیتهای هنری: مقایسه‌ای بین اروپا و امریکا

به گزارش نویسندهٔ هنری واشینگتن پست، جوزف مک‌للان، در ایالات متحد، دولت فدرال و دولتهای ایالتی رویهم‌رفته مبلغ سرانه‌ای معادل ۲ دلار برای فعالیتهای هنری اختصاص می‌دهند. و حال آنکه این بودجه در کشور سوئد درحدود ۳۵ دلار، کانادا ۳۲ دلار، هلند ۲۷ دلار و آلمان غربی ۲۷ دلار است.[۷۶] یک منبع دیگر یعنی اکونومیست می‌نویسد که همین هزینهٔ سرانه در بریتانیا حدود ۹ دلار و در فرانسه حدود ۳۰ دلار است.[۷۷]

کمپانیهای عمدهٔ اپرا در فرانسه و آلمان غربی و اتریش و اسکاندیناوی، ۷۰ تا ۸۵% کل درآمدشان از دولت تأمین می‌شود و اپرای سلطنتی انگلستان حدود ۴۶% درآمدش را از دولت تأمین می‌کند.[۷۸] حال آنکه اپرای متروپولیتن نیویورک تنها ۳% از دولت فدرال نصیبش می‌شود.

اعطای وامها و کمکهای خصوصی به مسائل و فعالیتهای هنری در ایالات متحد، سبب شده که سیاست‌گذاران اروپایی دربارهٔ شیوهٔ تشویق

و حمایت دولتهاشان از هنر تجدیدنظر کنند. دولت فرانسه اخیراً برای سازمانهای نیکوکاری که حمایت از مراکز هنری را تشویق کنند، تخفیفهای مالیاتی قائل شده است. دولت تاچر پس از آنکه به دلیل کاهش بودجهٔ فعالیتهای هنری مورد انتقاد قرار گرفت، اعتبارات هنری مربوط به سال ۸۹–۱۹۸۸ را ده‌درصد افزایش داد و درضمن اعلام کرد مراکزی را که بتوانند انگیزه‌هائی برای افزایش درآمدهای محلی و فروش بلیط نمایشگاههای هنری ابداع کنند، بی پاداش نخواهد گذاشت.[۷۹]

کمک مادی مؤسسات و شرکتهای انگلیسی به هنر، از ۱/۰۸ میلیون دلار در سال ۱۹۷۶ به ۴۶/۸ میلیون دلار در سال ۱۹۸۷ افزایش یافت. بانک لویدز، مبلغ نهصدهزار دلار به نمایشگاه شاهکارهای پلانتاجنت که «عصر شوالیه‌گری» نام گرفته بود، اهدا کرد.[۸۰]

لوک ریتنر، عضو شورای هنری انگلستان می‌گوید «امروزه بسیار معدودند مؤسسات هنری که برای افزایش درآمدهای مالی‌شان متوسل به بازاریابی و رقابتهای تجارتی نشوند. این تغییر روش نتیجهٔ ضرورتهای زمانه است.»

تجارت در هنر

هنر در ایالات متحد ناچار شده است جنبهٔ کاسب‌مآبانه‌تری به خود بگیرد و برای جذب و تولید درآمد، به شیوه‌های تازه‌ای متوسل شود. مؤسسات هنری هم یاد گرفته‌اند که چگونه «محصولات» خود را در بازار عرضه کنند و هم «محصولات» جدیدی برای فروش کشف کرده‌اند. مفهوم جمع‌آوری اعانه دیگر چندان گسترش یافته که درآمد حاصل از شگردهای تجاری برای جمع‌آوری کمک را نیز دربر گرفته است.

در قدم اول، مؤسسات هنری با تحریک علایق هنردوستانهٔ مردم موفق به افزایش تعداد مشترکان و کمکهای مالی هنردوستان شده‌اند.

موزهٔ هنرهای مدرن سان‌فرانسیسکو که در سال ۱۹۷۴ تعداد ۳٬۵۰۰ عضو داشت امروزه چیزی حدود ۲۰٬۰۰۰ عضو دارد. موزهٔ هنرهای زیبای بوستون در سال ۱۹۸۸، ۴۷٬۰۰۰ عضو داشت و این رقم در دههٔ ۱۹۷۰ تنها هفده‌هزار بوده است.[۸۱] این مسئله در مورد تبلیغات تلویزیونی یا فعالیت گروههای «دوستداران سمفونی» در همه جا صدق می‌کند. و همین شیوه‌های تا حدی سنتی است که از نظر مالی زمینهٔ مناسبی برای توسعهٔ فعالیتهای هنری فراهم آورده است. علاوه بر این موزه‌های هنری برای کسب درآمد بیشتر به شیوهٔ غیرمتعارفی نیز روی آورده‌اند، بدین ترتیب که ساختمان موزه را برای برپاکردن مهمانیهای مجلل و باشکوه و یا تشکیل فروشگاههای چندین میلیون دلاری اجاره می‌دهند. آرشیتکت نیویورکی، نورمن فایفر که شرکت مهندسی‌اش، موزهٔ هنری لوس‌آنجلس را تغییر شکل داده است می‌گوید: «امروزه موزه‌ها به عنوان محل اجتماع خلایق اثر مهم و گسترده‌ای در جامعه دارند و محل مناسبی شده‌اند برای کسب و کاسبی.»

آراتا ایسوزاکی، طراح موزهٔ هنرهای معاصر لوس‌آنجلس می‌گوید: «در گذشته، اماکن مذهبی موقعیت مهمی در جامعه داشتند. اکنون هنر به میدان آمده است و در جامعه‌ای که دیگر از نفوذ خدایان خبری نیست آن موقعیت را از آن خود کرده است و آفرینشهای هنری چیزی شده است شبیه مراسم و عبادات مذهبی. حتی جمع‌آوری کمکهای مالی و آثار هنری برای موزه‌ها هم بی‌شباهت به فعالیتهای مذهبی روزگاران گذشته نیست.»[۸۲]

اگر جمع‌آوری کمک مالی دقیقاً به همان تقدس اعمال مذهبی نباشد ولی بسیاری از سازمانهای هنری ـیعنی موفق‌ترینهاشانـ با همان جدیت و تعصبی به این کار مبادرت می‌ورزند که مؤمنان سابق برای گردآوری وجوه برّیه.

موزه‌ها و دیگر مؤسسات غیرانتفاعی هنری تاکنون مؤسسات اعانه‌بگیر بشمار می‌رفتند. ولی اکنون خود در مقام کسب درآمد

برآمده‌اند و مزیت چنین تحولی نیز کاملاً واضح و روشن است: زیرا مؤسسات مزبور وقتی به درآمدهای خود متکی باشند نه اعانات دیگران، طبعاً در برنامه‌ریزیها و تعیین روشها و هدفهای خود می‌توانند بدون واهمه از رنجش حامیان مالی با آزادی بیشتری عمل کنند.

موزهٔ کرایه‌ای

اگر مؤسسه یا شرکت شما قصد برگذاری مهمانی مجلل باشکوهی دارد چه جائی برازنده‌تر از یک موزهٔ هنری است، با سالنهای مرتفع و تابلوهائی یک میلیارد دلاری آویخته بر در و دیوارش؟ چه موقعیتی از این بهتر که ساختمان موزهٔ شهر شما برای برگذاری مراسم عروسی یا گردهمائی دوستان قدیمی یا دیگر اجتماعات مجلل در اختیارتان باشد؟ جوزف کارپر، که معاون مدیرعامل موزهٔ اسمیتسونین واشینگتن دی‌سی بود و اکنون رئیس مجمع برنامه‌ریزی ملی اسمیتسونین است، می‌گوید که موزهٔ اسمیتسونین از ده سال قبل یعنی زمانی که بودجهٔ دولتی‌اش کاهش یافت، با همین شیوهٔ اجاره‌دادن تأمین درآمد کرده است.

لاری رِجر، مدیرعامل سابق انجمن موزه‌های امریکا در واشینگتن دی‌سی می‌گوید «چه اشکالی دارد که یهودیان مراسم تکلیف پسران خود را در یک موزهٔ تاریخ طبیعی برگذار کنند؟»

سوزان کالکستاین از موزهٔ هنری فیلادلفیا می‌گوید: «شرکتها فکر می‌کنند موزه جای بسیار مناسبی برای برگذاری مهمانیهاست. کمتر روزی است که مادر مهربانی با جملهٔ "دخترم دارد عروسی می‌کند..." با ما تماس گیرد».[۸۳] ولی البته اغلب این مادران مهربان هزینهٔ اجارهٔ یک موزه را کمی غیرقابل تحمل می‌دانند. ولی چاره چیست؟ موزه هم باید درعوض این اعتمادی که به خرج می‌دهد و گنجینه‌هایش را در اختیار عموم می‌گذارد، مبلغ مناسبی دریافت کند. وانگهی این هم یک راه «تأمین بودجه» است، اینطور نیست؟

موزهٔ هنرهای زیبای بوستون، جناح غربی‌اش را به مبلغ دوهزار دلار اجاره می‌دهد، بعلاوهٔ هزینه‌های رُفت و روب و تهیهٔ غذا. ولی برای اجارهٔ موزهٔ هنری متروپولیتن در شهر نیویورک، کمپانی متقاضی باید قبلاً حداقل سی‌هزار دلار به موزه اهداء کند و بعد هم تمام هزینه‌های مربوطه را بپردازد.

موزهٔ تاریخ طبیعی فیلد شیکاگو، تالار «استانلی فیلد»ش را این‌چنین معرفی کرده است: «این گالری محل باشکوه مناسبی است برای مجالس کوچک و بزرگی که می‌خواهید در محیطی دلنشین و فراموش‌نشدنی به منظور پذیرائیهای دوستانه، دیدارهای دسته‌جمعی، مراسم رقص و موسیقی برپا کنید.»

و انستیتو کارنگی پیتسبورگ می‌گوید: «محل مجللی است برای ضیافتهای شام و مهمانیهای عصرانه و مجلس رقص.»[۸۴]

یان فونتن، مدیر سابق موزهٔ هنرهای زیبای بوستون می‌گوید: «بعضی از مردم ایراد می‌گیرند که "شما دیگر زیادی کاسب‌مآب شده‌اید"، ولی هیچکدامشان نگفته‌اند که ما حاضریم با اهدای مبلغی کلی بودجهٔ شما را تأمین کنیم تا محتاج به این کارها نباشید.[۸۵]

برگذاری مهمانی در موزه، البته شکوه و معنویتی دارد، ولی آنچه برای موزه‌ها مهم است کسب درآمد مادی است و بس. مرکز کندی در واشینگتن دی‌سی، روزانه پارکینگهایش را به اجاره می‌دهد، هم به صورت ساعتی به توریستها و هم اجارهٔ ماهانه به افرادی که بخاطر وضعیت شغلی‌شان بین شهر و حومهٔ محل زندگیشان در رفت و آمدند. موزهٔ «علم و صنعت» کالیفرنیا در لوس‌آنجلس یکی از معدود موزه‌هایی است که جائی را به شرکت مک‌دونالد واگذار کرده است در ازای بخشی از درآمد رستورانش.

فروشگاه موزه = یک کاسبی پرمنفعت

بیشترین درآمدها از فروشگاههای درجهٔ یک موزه‌ها حاصل می‌شوند.

فروشگاه موزهٔ هنری متروپولیتن در سال ۱۹۸۸، مبلغ ۵۳ میلیون دلار کالا فروخت و این میزان در مقایسه با ۷ میلیون دلار سال ۱۹۷۵ افزایش چشمگیری داشته است. سود خالص ناشی از این فروش، مبلغ ۹/۲ میلیون دلار است که بخش اعظم درآمد جاری موزه را تشکیل می‌دهد.[۸۶]

موزه‌های اسمیتسونین واشینگتن دی‌سی، در سال ۱۹۸۸، مبلغ ۴۶ میلیون دلار درآمد فروشگاههایشان بود و از برکت همین درآمد بالا جزو فروشگاههای عمدهٔ شهر به حساب آمدند. فروشگاههای موزه‌ها بابت هر یک فوت مربع مساحتشان، یکهزار دلار درآمد داشتند حال آنکه این رقم در مورد اغلب فروشگاههای بزرگ دویست دلار است.[۸۷]

خرده‌فروشان مالیات‌بده ممکن است نسبت به معافیت مالیاتی فروشگاههای موزه‌ها اعتراضی داشته باشند اما دولتی که می‌کوشد شانه از زیر بار هزینهٔ مراکز هنری خالی کند و از تأمین مخارجشان طفره برود همهٔ کرامتش منحصر به همین معافیت مالیاتی است و بس.

در جریان برگذاری نمایشگاه «رنوار» در موزهٔ هنرهای زیبای بوستون، فروشگاه موزه ۸/۳ میلیون دلار تی‌شرت و پولیور و پوستر و تقویم و کاتالوگهای مربوط به نمایشگاه فروخت. همین فروشگاه با فروش ساک‌دستیهای دو دلاری با آرم رنوار مبلغ یکصدهزار دلار درآمد داشت، و اینها علاوه بر درآمدهائی است که از رستوران و چایخانه و کافه‌تریا عایدش شده است.[۸۸]

ابتکاراتی درآمدانگیزتر

سالنهای موسیقی هم که با مشاهدهٔ رونق کار و کاسبی موزه‌ها به جرأت و رغبت آمده‌اند، به هر وسیله‌ای برای کسب درآمد بیشتر روی آورده‌اند، از نشر کتاب و برگذاری ضیافتها گرفته تا نمایشهای خیابانی و کنسرتهای مجانی و فروش پیراهنهای مارکدار و حراجهای افتخاری. ارکستر فیلارمونیک بوفالو در بوستون هم با فرستادن یک گروه چهارنفره نوازندگان سازهای سیمی برای اجرای موسیقی در ادارات مختلف وارد کاسبی شد.[۸۹]

ارکستر سمفونیک بوستون اولین گروهی بود که با برنامه‌های مردم‌پسند و مد روز به سراغ جوانان رفت. در سالنهای «جین نایت» سنت‌لوئیس و ارکستر سمفونیک فونیکس، بر ورود «بدون کراوات» حضار تأکید می‌شود.

لویی ج اسپیستو، زمانی که در ارکستر سمفونیک پیترزبورگ مدیر بازاریابی بود می‌گفت «ما اکنون به همان شیوه‌هایی روی آورده‌ایم که تیمهای ورزشی ده سال قبل عمل می‌کردند. هیچ چیز برای من تنزه و تقدسی ندارد. ما دیگر دست از شیوهٔ سنتی عرضهٔ موسیقی برداشته‌ایم، درست مثل برنامه‌های مردم‌پسند رادیو و تلویزیون.»[۹۰]

در ارکستر سمفونیک پیتسبورگ گروهی دست از جنت مکانی برداشته‌اند و برای تشکیل ارکستری از مجردان به سراغ نوازندگان جوان رفته‌اند و برنامه‌ای به اسم «اسمارت ست» ترتیب داده‌اند و هدفشان از این برنامه جلب مشتریان تازه است و درآمد بیشتر.

در تئاتر فوکس آتلانتا، می‌توانید با پرداخت مبلغی درحدود ده هزار و چندصد دلار صاحب جا و صندلی مخصوص خود باشید که نامتان بر دستهٔ آن حک شده است.[۹۱] این گوشه‌ای است از برنامه‌های همرنگ جماعت شدن تئاتر فوکس.

همهٔ این راهها و شیوه‌های گوناگون برای رسیدن به مقصد و هدف واحدی است که عبارت است از کشف راههای تازهٔ درآمد و جلب مشتریان تازه.

مدیر بازاریابی کمپانی بالهٔ یکی از شهرهای بزرگ که بلیطهای باله را مجانی بین تاکسیرانان شهر توزیع می‌کند می‌گوید: «هر وقت سوار تاکسی شدم و از راننده پرسیدم: "خوب، خبر تازه چه داری؟" دیدم که یارو شروع کرد از مسابقات ورزشی داد سخن دادن.»

هنر و بازاریابی از راه دور

به ادعای رابرت اشلوسر، مسئول افزایش تماشاچیان در تالار مارک پتر لوس‌آنجلس «بازاریابی از راه دور از ابداعات دههٔ ۸۰ است و با استفاده از این روش سال گذشته شمار مشترکان جدیدمان دوبرابر شد و کلی هم در وقت و پولمان صرفه‌جوئی کردیم. تعداد کسانی که به دعوت تلفنی ما پاسخ گفتند پنج‌برابر بیشتر از کسانی بود که با پست سفارشی برایشان دعوتنامه فرستاده بودیم.»[۹۲]

هنگامی که مسئولین آرِنا استیج در واشینگتن دی‌سی متوجه شدند که در جذب جوانها به لیست مشترکین موفق نبوده‌اند به نمایندگان فروش بلیطها توصیه کردند که تقاضای تلفنی جوانان را (که دوست ندارند پیشاپیش و از طریق پست بلیط خریداری کنند) برای رزرو جا تا آخرین دقایق بپذیرند. این نقشه موفق شد و اکنون نود درصد بلیطهای تک‌نفرهٔ آرنا تلفنی به فروش می‌رسد.[۹۳]

سازمانهای هنری پی برده‌اند که علیرغم تلاشهای بسیارشان برای افزایش درآمد باز هم شدیداً به اعانات عمدهٔ نیکوکاران و علاقه‌مندان خود وابسته‌اند. به همین دلیل هم در قدردانی از حامیان و مشوقان خود طرق تازه‌ای برگزیده‌اند. مرکز لینکلن با یک آگهی تمام‌صفحه‌ای در مجلهٔ نیویورک تایمز و دیگر نشریات از دوستدارانش قدردانی کرد. در

فهرست دوستداران این مرکز تعداد ۱۶ نفر اعاناتی بالای صدهزار دلار و یازده نفر بین پنجاه تا صدهزار دلار و عدهٔ بسیاری بین هزار تا ۴۹ هزار دلار پرداخته بودند.[۹۴]

از بیس‌بال تا باله

در دههٔ ۱۹۹۰ زمانی فراخواهد رسید که به عنوان مهمترین وسیلهٔ ساعات فراغت، هنر جای ورزش را بگیرد.

به اعتباری اکنون هم هنر جای ورزش را گرفته است: براساس گزارش کاملاً روشن «سازمان موقوفات ملی برای هنر» در حال حاضر امریکاییها ۳/۷ میلیارد دلار صرف تماشای برنامه‌های هنری می‌کنند و ۲/۸ میلیارد دلار صرف تماشای مسابقات ورزشی.

در خلال سالهای ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۷، رقمی که مردم برای برنامه‌های هنری پرداختند ۲۱٪ افزایش یافت و حال آنکه در مورد ورزش ۲٪ هم کاهش داشت، و این درحالی است که بیست سال قبل پولی که مردم صرف مسابقات ورزشی می‌کردند دوبرابر رقمی بود که برای برنامه‌های هنری می‌پرداختند.

در زمانی کمتر از یک نسل، شیوهٔ تفریح و گذران ساعات فراغت امریکائیان یکباره دگرگون شده است.

و اکنون برای سومین سال پیاپی این هنر است که از ورزش پیشی می‌گیرد.

این تغییر عمده، هماهنگ و به موازات تحول جامعه‌ای صنعتی است به جامعه‌ای اطلاعاتی و روندش با فرارسیدن دورهٔ نسل پرفرزندی پس از جنگ جهانی دوم که نسلی تحصیلکرده و نتیجتاً هنردوست هستند تسریع شده است.

هنر و ورزش برای جذب ساعات و دلارهای اضافی مردم تنگاتنگ قدم به میدان رقابت گذاشته‌اند.

قبلاً اشاره کردیم که فروش بلیط تئاتری در نیویورک از مجموع فروش بلیط تیمهای یانکیز و متز، بیشتر است. تا این اواخر چه کسی می‌توانست همچو مقایسه‌ای بکند اما امروزه ورزش و هنر دوشادوش هم پیش می‌روند.

در بوستون، شهر تیمهای سلتیکس و ردساکس و بروینز، تعداد افرادی که به سراغ تئاترها و موزه‌ها و نمایشگاههای هنری رفتند دوبرابر افرادی بود که به تماشای مسابقات ورزشی روی آوردند. در محدودهٔ واشینگتن دی‌سی بخش عمده‌ای از ساعات فراغت مردم در موزه‌ها و گالریهائی می‌گذرد که ۵۵/۳ درصد جمعیت را به طرف خود کشیده‌اند. اما چهار تیم عمده از ورزشکاران حرفه‌ای به نامهای ردسکینز، بولِتز، کاپیتالز، اوریولز، هر یک توانسته‌اند تعدادی بین ۱۳ تا ۱۶/۴ درصد جمعیت را به سوی خود جذب کنند. علی‌رغم علاقهٔ مردم به شرطبندیهای ورزشی، تعداد علاقه‌مندان صحنه‌های هنری سه تا چهاربرابر تماشاچیان مسابقات ورزشی بوده است.[۹۵]

در مقایسهٔ ورزش و هنر، می‌بینیم که علاقه‌مندان هنر با تفاوت خیره‌کننده‌ای فزونی گرفته‌اند و این تازه از نتایج سحر جامعه‌ای است که قدم در این تحول عظیم نهاده است. قدر مسلم اینکه مؤسسات و شرکتهای تجاری سهم مؤثر و عمده‌ای در رواج و تفوق هنر خواهند داشت.

ورزش هنوز هم وسائل ارتباط جمعی را زیر نفوذ خود دارد ولی در دههٔ ۱۹۹۰ با افزایش حمایت مؤسسات تجاری از هنر، مشتریان خواهند توانست برنامهٔ باله را همچون مسابقهٔ بیس‌بال از تلویزیون تماشا کنند.

دلارهای هنری در مقابله با دلارهای ورزشی

از هواداری ورزش به حمایت هنرمندان روی آوردن؛ در مؤسسات هنردوست ریشه‌ای دیرینه دارد. دیتون هودسون که از سال ۱۹۴۶ معادل

۵% از درآمدهای مشمول مالیاتش را به امور خیریه اختصاص داد، دوپنجم آن ـو به عبارتی دیگر ۴۰% کل مبلغ ـ را وقف سازمانهای هنری کرد؛ این مبلغ تنها در سال ۱۹۸۸ بالغ بر ۷/۴ میلیون دلار می‌شد.[۹۶] شرکت آی‌بی‌ام، بودجهٔ حدود ۲۵۰۰ مؤسسهٔ هنری را در سراسر جهان تأمین می‌کند. جی‌سی‌پنی، معادل ۹/۴ میلیون دلار از دارائی خود را وقف موزهٔ هنر سیاتل کرده است.[۹۷]

حمایتهای مالی شرکتهای بزرگ از هنر در دههٔ ۱۹۸۰ چنان افزایشی یافت که بسیاری پیش‌بینی می‌کردند کل این اعانات تا فرارسیدن سال ۱۹۹۰ به یک میلیارد دلار برسد،[۹۸] اما این مبلغ در سال ۱۹۸۸ از یک میلیارد دلار هم فراتر رفت.

یک میلیارد دلار رقم چشمگیری است ولی در مقایسه با اعانات ورزشی هنوز ناچیز است. گرچه به دشواری می‌توان به رقم دقیق اعاناتی که نصیب مؤسسات ورزشی می‌شود دست یافت (زیرا احصای اعانات بی‌دریغی که به آنان می‌دهند دشوار است)، ولی جای تعجبی نیست اگر بشنویم کمپانیها سالی پنج میلیارد دلار صرف حمایت از مؤسسات ورزشی برای تبلیغ محصولات و کالاهایشان می‌کنند؛ گرچه بسیاری معتقدند که این رقم بیش از اینهاست، اما هرچه باشد، مایهٔ حسرت مدیران موزه‌ها و اعانه‌جمع‌کنهای ارکسترهای سمفونیک است.

اگر مردم بیشتر وقت و پولشان را صرف هنر می‌کنند پس چرا هنوز هدایای شرکتهای بزرگ به مؤسسات ورزشی میلیاردها دلار بیشتر است؟

این مسئله تا حد زیادی معلول عقب‌ماندگی کمپانیهاست از تحولات زمانه. بسیاری از این کمپانیها هنوز متوجه این نکته نشده‌اند که عصر تجدید حیات هنر فرارسیده است تا چه رسد به اینکه تحول سلیقهٔ خلایق را در مقولهٔ صرف پول و وقت اضافی‌شان دریابند، و از آن مهمتر به تجزیه و تحلیل منافع حاصل شده از مخارجشان بنشینند تا بدانند که سرمایه‌گذاری در بازار هنر چه کاسبی پردرآمدی است.

فروش بلیط با تخفیف به تماشاچیان مرفه

به نوشتهٔ جان رابینسون جامعه‌شناس: مشتریان هنر مردمی هستند که دخلشان بیش از خرج است، مثلاً فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و افراد متخصص و بطور کلی مردمی که درآمد بیشتر و بالاتری دارند بیش از دیگر امریکائیان از مراسم هنری استقبال می‌کنند.[۹۹] آلوین رایس، مدیر «انستیتو مدیریت حرفه‌ای هنری» و ادیتور مجلهٔ مدیریت هنری می‌نویسد: «رابطهٔ نزدیکی است میان برنامه‌های هنری و نوع تماشاچیانی که جلب می‌کنند.»

بکار گرفتن هنر به منظور تبلیغات تجاری چندان هم پرخرج و گران نیست. و به قول رایس، «در مقایسه با مبالغی که صرف برنامه‌هائی از قبیل کنسرتهای راک یا مسابقات ورزشی می‌شود، صرف سرمایه در فعالیتهای هنری در هر سطح و مبلغی که باشد، سودآورترین سرمایه‌گذاریهاست.»

کارول پالم، مدیر برنامه‌های فرهنگی «یونایتد تکنولوژیز» می‌گوید: «یک نمایشگاه هنری نفوذ و تأثیرش پردوام‌تر از یک مسابقهٔ ورزشی است. نمایشگاه هنری بین شش تا هشت هفته دایر است و در تمام این مدت نام شرکت یا اتحادیه بر سردر آن، در معرض دید همگان.»[۱۰۰]

هنر راه ورود به بازاری را هموار می‌کند که بازاریان بسیاری را سرگردان کرده است، و آن بازار عبارت است از جامعهٔ بانوان. مسئولان تبلیغاتی سخت در تلاشند تا زن امروز را جذب تبلیغات خود کنند، زنی که هشتاد درصد برنامه‌های بهزیستی منوط به تصمیم او و ۵۰ درصد اتومبیلهای بفروش رسیده مربوط به سلیقهٔ اوست و حال آنکه پانزده سال قبل خریدار ۲۰ درصد اتومبیلها زنان بودند.[۱۰۱] زن امروزی دیگر نه یک بانوی حرمسرا بشمار می‌رود و نه یک قهرمان فوق بشر و محققاً نه موجودی که بعد از یک دور بازی یا تماشای مسابقه‌ای با مردان به آبجو خوردن بنشیند.

زنان طرفداران پر و پاقرص هنرند، طبق تحقیقی که از سوی جان رابینسون در دانشگاه مری‌لند انجام گرفته است، تعداد زنانی که به تماشای باله می‌روند صددرصد بیش از مردان است، و ۲۵٪ بیش از مشتریان مذکر تئاتر موزیکال و ۲۷٪ بیش از مردانی که در تالارهای ارکستر سمفونیک حضور می‌یابند.[۱۰۲] با این وصف تعجبی ندارد اگر کمپانی اتومبیل‌سازی فورد برای معرفی مدل اسکورپیون ماشینهایش رو به سالنهای اپرا آورد.

هنر و تلویزیون

هنوز مدت زمانی لازم است تا مراکز تلویزیونی دریابند با عرضهٔ برنامه‌های هنری و معنوی برای مردم مشتاق چه سودی می‌تواند عایدشان شود.

تعجبی ندارد اگر هفته‌ای قریب صد میلیون تماشاچی تلویزیون به نحوی ناخودآگاهانه پیچ تلویزیون خود را می‌چرخانند و به سراغ برنامه‌های ۱۸۹ فرستندهٔ عمومی می‌روند.[۱۰۳] پیامهای برنامه‌هائی از قبیل پخش مستقیم از مرکز لینکلن و پخش مستقیم از مت سالانه به صد میلیون بیننده منتقل می‌شود.[۱۰۴] اتحادیهٔ تلویزیون عمومی سالانه ۴۷۰ میلیون دلار از مشترکانش عایدی دارد.[۱۰۵]

شنوندگان رادیویی اپرا هم بطرز چشمگیری افزایش یافته‌اند. اپرای متروپولیتن حدود ۱۴۰ میلیون شنوندهٔ رادیویی دارد. در فصل اپرائی ۱۹۸۵–۸۶ تعداد شنوندگان «لیریک اپرا»ی شیکاگو قریب ۴۰ میلیون نفر بود و دو سال بعد ۴۵ میلیون نفر شد. شنوندگان رادیویی اپرای کنتاکی لوئیزویل در عرض دو سال، تقریباً دوبرابر شد و از چهل‌هزار نفر، در فصل اپرائی ۱۹۸۷–۸۸ به هفتاد و پنج هزار نفر رسید.[۱۰۶]

چندان تعجبی هم ندارد اگر شبکهٔ سراسری تلویزیونی اپرا پخش نمی‌کند، زیرا هرچه باشد هدف رسانه‌های عمومی آن است که

برنامه‌هایشان تا آنجا که امکان دارد مقبول تودهٔ بیشتری از مردم باشد. فرستندهٔ تلویزیون سرتاسری مولود جامعه‌ای صنعتی است و جامعهٔ صنعتی، همچو دستگاهی راه انداخته بود تا با پخش مسابقات ورزشی و برنامه‌های کمدی در میان «عوام‌الناس» نفوذ کند، معهذا این شیوه تا اوایل دههٔ ۱۹۸۰ موفق بود، تا روزی که سه شبکهٔ بزرگ تلویزیونی دریافتند که بینندگانشان را از دست داده‌اند و مردم به تماشای فرستنده‌های محلی و خصوصی روی آورده‌اند. به گفتهٔ یوجین سکوندا، استاد سیتی کالج نیویورک که روزگاری به عنوان مدیر تبلیغاتی برای نوشتن بخشی از رسالهٔ تحقیقی‌اش، به مطالعهٔ فعالیتهای بازاریابان و تبلیغات‌چیان عمده پرداخته بود، از اواسط دههٔ ۱۹۸۰ شرکتهای خصوصی از آگهیهایی که به سه شبکهٔ بزرگ تلویزیونی می‌دادند کاستند. افرادی که هنوز برنامه‌های شبکه‌های سرتاسری را تماشا می‌کنند نسبت به تماشاچیان فرستنده‌های کابلی عمدتاً مسن‌تر هستند و درآمد و تحصیلات کمتری دارند.[۱۰۷] حال آنکه طبق تحقیق ساعتچی و ساعتچی، بینندگان فرستنده‌های کابلی عمدتاً جوان‌ترند و با سطح تحصیلی بالاتر.[۱۰۸] فرستنده‌های کابلی در سال ۱۹۸۹ درآمدشان از محل حق اشتراک بینندگان ۱۴٪ افزایش خواهد یافت. هم‌اکنون بیش از نیمی از خانواده‌های امریکایی مشترک فرستنده‌های کابلی‌اند و این رقم تا سال ۱۹۹۳ به ۶۰٪ خواهد رسید.[۱۰۹]

درآمد تبلیغاتی فرستنده‌های کابلی از ۸۶۲ میلیون دلار در سال ۱۹۸۷ به ۱/۳ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۹ رسید و بر اساس برنامه‌ریزی دفتر کیبل ادورتایزینگ نیویورکی، قرار است در سال ۱۹۹۵ به ۲/۸ میلیارد دلار برسد.

استیون راس، رئیس ارتباطات وارنر می‌گوید: «ما معتقدیم که تلویزیونهای کابلی در امریکا به صورت منبعی اصلی و اساسی درخواهد آمد برای سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت مردم.»[۱۱۰]

هنردوستان می‌دانند که برای تماشای برنامه‌های مطلوبشان به کجا روی آورند: این، شبکهٔ هنر و سرگرمی است که به پخش نمایشنامه‌ها و

برنامه‌های مستقیم و گزارشهای مستند می‌پردازد. این شبکهٔ خصوصی در سال ۱۹۸۴ با سیستم هشتصد کابلی و تعداد ۹ میلیون بیننده و تنها یک آگهی‌دهنده آغاز به کار کرد و در سال ۱۹۸۸ چنان توسعه‌ای یافت که ۳۵۰ آگهی‌دهنده داشت، از جمله شرکتهائی نظیر فورد، تویوتا و AT&T.[۱۱۱]

نیکلاس داواتزس مدیر شبکهٔ هنر و سرگرمی می‌گوید «این آگهی‌دهندگان از آن‌رو سراغ ما می‌آیند که ما آمار مشترکانمان را ـ که نسبت به آن حساسیت دارند ـ در اختیارشان می‌گذاریم.» بینندگان این شبکه مسن‌تر (۳۵ تا ۵۵ ساله) و تحصیلکرده (پنجاه درصدشان فارغ‌التحصیل دانشگاه) و مرفه هستند و اغلبشان درآمد سالانه‌ای بین سی‌هزار تا هفتاد و پنج‌هزار دلار دارند. امروزه این فرستنده با سیستم بیش از سه‌هزار کابلی خود دارای ۳۸ میلیون بیننده در میان خانواده‌هاست.

شما می‌توانید برنامه‌هایی هنری را هم از فرستنده‌های عمومی ببینید و هم از فرستنده‌های کابلی، اما هیچ اتفاق افتاده است که برنامهٔ سمفونی یا تئاتری را از شبکهٔ سراسری تماشا کنید؟

به نظر لویس هریس اگر فرستنده‌های تجارتی برنامه‌های هنری بیشتری عرضه کنند بینندگان بیشتری را به خود جلب خواهند کرد.[۱۱۲]

از پخش سرتاسری تا پخش خانگی

ولی برای هنردوستان بعضی خبرهای خوب داریم که منحصر به تلویزیون نیست، و آن عبارت است از رواج وسایل نمایشی خصوصی به جای تلویزیونهای عمومی. نوارهای ویدئویی، پخش‌صوتهای مخصوص اتومبیل، دستگاههای واکمن و دیسکهای خانگی نیروی طی‌الارض را در اختیار آدمیزادگان قرار می‌دهند. تحلیل‌گران رسانه‌های عمومی در پل کاگان آسوشیتس می‌گویند هم‌اکنون ۶۲٪ از خانواده‌ها

صاحب ویدیو شده‌اند و پیش‌بینی می‌کنند تا سال ۲۰۰۰ این میزان به صددرصد برسد.[۱۱۳]

از آنجا که برنامه‌های هنری در رسانه‌های عمومی عمده، اندك و ناکافی است، میلیونها هنردوست در خانهٔ خودشان اقدام به تشکیل کتابخانهٔ مناسب و تدارك برنامه‌های هنری کرده‌اند. به نوشتهٔ مجلهٔ بیلبورد، وقتی که دیسکهای ضبط‌صوت برای اولین بار به بازار آمد، میزان فروش صفحات موسیقی کلاسیك ناگهان به میزان بی‌سابقه‌ای بالا رفت.[۱۱۴] و بنا به گزارش مؤسسهٔ نیویورکی دنیای موسیقی جی اند آر، که بزرگترین فروشندهٔ سال ۱۹۸۸ بوده است، گرچه این هجوم بی‌سابقهٔ خریداران تا حدی فروکش کرده است ولی هنوز هم میزان فروش سالانه رشدی بین پنج تا ده درصد دارد.[۱۱۵]

به گزارش پل کاگان اسوشیتس، در سال ۱۹۸۸ تعداد سه میلیارد حلقه نوار کرایه‌ای ویدیو توزیع شد، حال آنکه این رقم در سال ۱۹۸۴ معادل ۷۰۰ میلیون بوده است. تام آدامس، از مؤسسهٔ کاگان اسوشیتس می‌گوید: «بر تعداد علاقه‌مندان هنرهای زیبا سالانه پانزده تا بیست درصد افزوده می‌شود و این سرعت رشد هماهنگ توسعه و رونق بازار است.»[۱۱۶]

توزیع‌کنندگان نوارهای ویدیویی فرهنگی معمولاً کالایشان را در فروشگاههای موزه‌ها به مردم عرضه می‌کردند ولی امروزه پایشان به فروشگاههای نوارهای تجارتی هم باز شده است. بلاک بوستر ویدیوز یکی از بزرگترین فروشگاههای نوار ویدیویی در امریکا، در پایان سال ۱۹۸۸ صورت بلندبالایی از نوارهای ویدیویی سطح بالا سفارش داد.[۱۱۷]

مؤسسهٔ پی ام آی هوم‌ویژن شیکاگو که نوارهای ویدیویی از اشیاء موزه‌ها و مباحث مستند فرهنگی توزیع می‌کند، در سال ۱۹۸۸ سی درصد افزایش فروش داشته است. زیرا مشتریانش به همان صورت که کتابهای هنری را می‌خریدند به خرید نوارهای ویدیوئی سطح بالا روی آورده‌اند.[۱۱۸]

مؤسسهٔ کولتور ویدیو در وست لانگ برنچ نیوجرزی، مهمترین مرکز

توزیع نوارهای ویدیوئی باله و اپرا و موسیقی کلاسیک، در فاصلهٔ سالهای ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۷، رشدی معادل هزار درصد داشته است و این میزان رشد باعث شد در فهرستی که به وسیلهٔ مجلهٔ آی‌ان‌سی از پانصد شغل کوچک پررونق منتشر شد، نام آن مؤسسه در ردیف دویست و هفتاد و هفتم قرار گیرد. فروش این مؤسسه در فاصلهٔ سالهای ۱۹۸۷ تا ۱۹۸۸ دوبرابر شده است. در سال ۱۹۸۶ مؤسسهٔ کولتور ویدیو، دارای ۶۰ عنوان فیلم بود؛ تا سال ۱۹۸۹ تعداد عناوین برنامه‌های موجودش به بیش از ۱۵۵ رسید و برنامه‌هائی از قبیل اجراهای ماریا کالاس و میخائیل باریشنیکوف و آثار کلاسیکی چون ژیزل و دون ژوان از جملهٔ آن عناوین بود.[۱۱۹]

این مؤسسهٔ تهیهٔ فیلمهای ویدیویی هم مثل اغلب شرکتهایی که چشم به آینده دوخته‌اند، در فکر بازاری جهانی است و از هم‌اکنون قراردادهائی با اتحاد جماهیر شوروی منعقد کرده و امتیاز تهیه و تکثیر نوار ویدیوئی از برنامه‌های اپرا و بالهٔ تئاترهای کیروف و بلشوی را بدست آورده است.

تأثیرات تبلیغاتی

شرکتهای بزرگ کم‌کم در مقولهٔ استفاده از ورزش برای تبلیغ محصولاتشان تجدید نظر می‌کنند و به استفاده از اصوات و تصاویر هنری روی می‌آورند.[۱۲۰]

کارخانهٔ آبجوسازی میلر برای تبلیغ میلرلایت، پرفروش‌ترین آبجوی کم‌الکل در ایالات متحد و دومین آبجوی پرفروش جهان، از قهرمانان ورزش و دکورهایی با حال و هوای مردانه استفاده می‌کرد. ولی وقتی که کمپانی تصمیم گرفت دیگر از قهرمانها استفاده نکند، نامش در سرفصل خبرهای نشریهٔ عصر تبلیغات قید شد.

نه‌تنها شرکت میلر برای تبلیغ محصولش به استفاده از خوانندگان اپرا روی آورده بلکه دیگران نیز همچو برنامه‌ای را مورد توجه قرار

داده‌اند. آژانسهای تبلیغاتی که کارمندان و مدیرانشان غالباً خانمها هستند، برای تبلیغ کالاها متوسل به همان زمینه‌های کلاسیک سنتی شده‌اند، بخصوص استفاده از هنر اشرافی اپرا و صدای زیر خوانندگان.

در فیلمهای پرفروشی نظیر دیوانه و جاذبهٔ مرگبار، نیز به‌وفور از اپرا استفاده شد. در سال ۱۹۸۸، در عرض تنها دو ماه، شنوندگانی که چندان رغبتی به شنیدن موسیقی کلاسیک از شبکه‌های سراسری نداشتند، بناگاه با حداقل ده آگهی بازرگانی که در آنها از موسیقی اپرا استفاده شده بود روبرو شدند.

کمپانی شامپاین تات در آگهیهای تبلیغاتی سالهای ۸۹–۱۹۸۸ خود از خوانندهٔ معروف اپرا کیری ته کاناوا برای خواندن قطعه‌ای از اپرای جانی اسکیچی اثر پوچینی استفاده کرد. و به همین ترتیب شرکت هوایی بریتیش ایرویز و کمپانی شراب بولا هم برای القاء تصویری از کیفیت عالی خدمات و کالایشان به استفاده از اپرا رو آورده‌اند.

اینها همه به کنار، یک شرکت تولیدی مادهٔ پاک‌کننده هم برای تبلیغ کالایش از اپرا بهره گرفته است. بله، تعجب نکنید، کمپانی چیر دیگر در تبلیغاتش از نمایش چرک دور یقه استفاده نمی‌کند، بلکه قطعاتی از اپرای دون ژوان موتسارت و نی سحرآمیز را به خانمهای خانه‌دار عرضه می‌کند. جری میلر از آژانس لئوبرنت یو.اس.ای که سازندهٔ آگهی تبلیغاتی چیر است می‌گوید «موسیقی اثر و نفوذ دیگری دارد، حتی اگر به شعر اپرا هم توجه نکنید، آهنگ آن مجذوبتان خواهد کرد. بخشی از این تأثیرگذاری بدین علت است که اپرا چیزی اشرافی است و دور از دسترس همگان، درحالی که استفاده از صحنه‌های ورزشی در امر تبلیغات خیلی معمولی و پیش‌پاافتاده شده است؛ گزارشهای ورزشی تلویزیونی هم انباشته از آگهیهای تبلیغاتی آبجو است.

کِوین وُلف، مدیر بازاریابی کمپانی آبجوسازی میلر به وسیلهٔ مسابقات ورزشی می‌گوید «نکند خیلی شلوغ‌بازی راه انداخته‌ایم؟» کمپانی میلر می‌خواهد تأثیر مسابقات بیس‌بال را برای تبلیغات کالایش

ـهنگامی که حق استفاده از ۱۷۵ مسابقهٔ فصلی معمولی به ESPN برسدـ مورد ارزیابی مجدد قرار دهد.

دیو مارتین، معاون مدیر روابط عمومی در کمپانی آبجوسازی Stroh می‌گوید «به نظر من در استفاده از بیس‌بال برای تبلیغ محصولاتمان زیاده‌روی کرده‌ایم.»[121] باله چطور؟ حالا وقتی است که در تبلیغاتمان بگوییم «دوستداران اپرا هم تشنه می‌شوند»؛ شاید ترفند بهتری باشد و آن وقت مردم دوباره با این سؤال روبرو شوند که پس بازرگانان شراب چه شدند؟

در عین حال، به نوشتهٔ برایان موران در عصر تبلیغات، از شوق و علاقهٔ ملی نسبت به قهرمانان ورزشی کاسته می‌شود. ارتباط قهرمانان ورزشی با مواد مخدر و انحرافهای جنسی و بزن‌بزنهای خشونت‌بار دروغین، علاقهٔ سازندگان آگهیهای تبلیغاتی را به استفاده از صحنه‌های ورزشی کاهش داده است.

لِی استین‌برگ، مدیر تبلیغات شصت بازیکن لیگ ملی فوتبال می‌گوید: «این مشکلات و مسائل بازتابی از واقعیت است.»[122]

تبلیغ‌کنندگان و مردم به دنبال چیزی هستند که اندکی بالاتر از سطح معمول باشد و آن چیز هنر است، و همین باعث شده است که دوباره در حمایتهای مادی از وقایع هنری و عرضهٔ بهتر آن به مردم تحولاتی ایجاد شود.

راولی وارنر (پسر)، رئیس هیئت‌مدیرهٔ سابق «موبیل کورپریشن» می‌گوید: «هنر راه طبیعی و ناگزیری است که هر تجارت موفقی از آن گذشته است. در هنر همان جستجو از پی ایده‌آل کیفی و تکاملی نهفته است که الهام‌بخش ما در بسیاری از تصمیمات تجاری‌مان است.»[123]

کارول پالم از یونایتد تکنولوژی می‌گوید: «بنظر می‌رسد که هنر و تکنولوژی شباهتهای بسیاری به یکدیگر دارند؛ هر دو بیانگر افکار تازه‌اند. و هر دو خواهان کیفیت‌اند.»[124]

نقطهٔ عطف

دههٔ ۱۹۸۰ شاخص نقطهٔ عطف خارق‌العاده‌ای در کار هنر است. در سال ۱۹۸۰، کمکهای مؤسسات و بنیادها و افراد به هنر و فرهنگ و علوم انسانی جمعاً بالـغ بر ۳/۱۵ میلیارد دلار شد. در سال ۱۹۸۸ یعنی در عرض کمتر از یک دهه، این میزان تقریباً دوبرابر شده و به ۶/۴۱ میلیارد دلار رسیده بود.[۱۲۵]

دلارهای کمپانیها با چنان سرعتی نثار هنر می‌شود که حتی تصورش هم تا چند سال پیش غیرممکن بود. در اواخر دههٔ ۱۹۸۰ استقبال شرکتها از نمایشگاههای موزه‌ای افزایش چشمگیری یافت. درست است که یکی از عوامل این افزایش، رنسانس هنری بود، ولی باید در نظر داشت که عامل بمراتب مهمتر دیگری نیز در این حمایتها دخیل بود و آن عبارت است از وقوف روزافزون مدیران بدین واقعیت که هنر می‌تواند در بالا بردن حیثیت شرکتهایشان و جذب مشتریان سطح بالا نقش مهمی ایفا کند.

در سال ۱۹۸۵، گالری ملی هنر، کمکی معادل ۲/۷ میلیون دلار در جریان برگذاری هشت نمایشگاه از شرکتهای مختلف دریافت کرد. درست سه سال بعد این میزان کمک ناگهان به ۶/۳ میلیون دلار بابت برگذاری ۱۲ نمایشگاه بالـغ شد. این کمکها از جانب شرکتهایی نظیر آی‌بی‌ام، فورد، پاسیفیک تله‌سیس، AT&T، جی‌تی‌ای، دوپون، و ساوث وسترن‌بل بود.[۱۲۶]

مجموع کمکهای نقدی شرکتها به مرکز لینکلن که در سال ۷۹-۱۹۷۸ مبلـغ ۴/۵ میلیون دلار بود، در سال ۸۹-۱۹۸۸ به ۱۲/۲ میلیون دلار رسید. در دههٔ ۱۹۹۰، زمینه برای رشدی بمراتب چشمگیرتر در این مقوله، فراهم شده است.[۱۲۷]

دههٔ ۱۹۹۰: روی آوردن از ورزش به هنر

در طول دههٔ آینده در میزان کمکهای شرکتها به ورزش، تفاوت و افزایشی مشاهده نخواهد شد، حال آنکه میزان کمک شرکتها به هنر، همچنان به رشد چشمگیرش ادامه خواهد داد.

البته در دههٔ ۱۹۹۰، کمک مادی شرکتها به هنر رنگ و بوی کاسب‌منشانه‌ای ـ که برای برخیها نگران‌کننده است ـ خواهد گرفت. سابق بر این شرکتها به عناوین نیکوکارانه به هنر و برنامه‌های هنری کمک می‌کردند و بی‌شک به این روال هم ادامه خواهند داد ولی انگیزهٔ کمک بسیاری از کمپانیها به هنر در دههٔ ۱۹۹۰ معطوف به ارزش هنر در امور بازاریابی و تبلیغاتی خواهد بود. گرچه برخی تنزه‌طلبان رواج این کار را انزجارآور تلقی می‌کنند ولی این شیوهٔ استفادهٔ عملی از هنر باعث می‌شود که شرکتها به سائقهٔ منفعت‌طلبی مبالغ بیشتری صرف امور هنری بکنند و بیش از مبلغی که پرداخته‌اند از فروش کالایشان سود برند. جودیث جِدلیکا، از کمیتهٔ بازرگانی برای هنر می‌گوید: «ما شاهد گرایشی هستیم از تنزه‌طلبی خشکه‌مقدسانه به روشی که تجارت را با هنر پیوند می‌دهد و حاصل این رابطه آن است که هنر به کسب و کار شما رونق می‌دهد و کمکهای شما هم به برنامه‌های هنری فزونی می‌گیرد.»[۱۲۸]

در دههٔ ۱۹۹۰ بیشتر مقامات بالای شرکتها را خانمهای هنردوست و مردان زیر ۴۵ سالی اشغال خواهند کرد که چندان علاقه‌ای به پیوند تجارت و ورزش ندارند. با وجود چنین افرادی در مقامات کلیدی و مدیریت، کمپانیها به دقت متوجه بازده اقتصادی هر یک دلاری هستند که در راه کارهای هنری صرف می‌کنند. اینان به استناد آمارهای دقیق می‌دانند مشتریانشان برای برنامه‌های هنری بیش از آن وقت و پول صرف می‌کنند تا ورزش، و این روند روزبروز نمایان‌تر خواهد شد. نتایج حاصل از این آمارها در تمام نشریات از عصر تبلیغات گرفته تا زن شاغل منتشر می‌شود.

در داخل شرکتها نیز مردم بیش از پیش در مکالمات شغلی‌شان از تعبیرات و استعارات هنری مدد می‌گیرند: چه ابتکار خلاقه‌ای، فلانی هنرپیشهٔ لایقی است، او دست و پنجهٔ نرمی دارد، مدیر ما در رهبری لنگه ندارد. در خارج از محدودهٔ شرکتها نیز نهضتی که انبوه خلایق را به سالنهای تئاتر و باله و اپرا کشانده است همچنان به پیشرفتش ادامه خواهد داد و تا قبل از شروع هزارهٔ جدید به اوج خواهد رسید.

همچنین شرکتهائی که در نحوهٔ صرف کمکهای مالی و هزینه‌های تبلیغاتی خود به تجدید نظر پرداخته‌اند نمی‌توانند استقبال عمومی را از برنامه‌های هنری، و رونق بازار هنر را نادیده انگارند. و بالاخره عامل اصلی و مهمی که باعث افزایش کمکهای مادی شرکتها به امور هنری می‌شود همان منفعت بیشتری است که در این رهگذر با جذب مشتریان فرهیخته نصیبشان خواهد شد.

هنوز برنامه‌هائی به اسم اپرا در هوای آزاد و اجرای بین‌المللی سمفونی و بالهٔ شب دوشنبه به عرصه نیامده است، ولی در دههٔ ۱۹۹۰ زمانی خواهد رسید که یک برنامهٔ هنری گسترده سیل کمکهای شرکتها را به طرف خود جلب کند، برنامه‌های گسترده‌ای که احتمالاً به وسیلهٔ سازمانهای هنری شرکتهائی نظیر موبیل اویل یا آی‌بی‌ام ـ در یک شبکهٔ گستردهٔ تلویزیونی نمایش داده خواهد شد. و این نقطهٔ اوج تکاپوی کلانی خواهد بود که از مدتها قبل آغاز شده است. تا آن وقت، برنامه‌های هنری در تلویزیونهای کابلی و تلویزیونهای عمومی کاملاً جا افتاده‌اند و این مظهر مهمی است از این واقعیت که هنر حتی در سطح وسیعی چون شبکهٔ جهانی تلویزیون نیز جای ورزش را به عنوان پراستقبال‌ترین شیوهٔ گذران اوقات بیکاری گرفته است.

۳

ظهور سوسیالیسم بازار آزاد

در دههٔ ۱۹۹۰ نتایج حاصل از تغییر روشهای سوسیالیسم بهتر خودنمایی خواهد کرد و سالهای دههٔ آخر قرن حاضر، صحنهٔ فعالیتهای فوق‌العاده‌ای خواهد شد برای نجات سوسیالیسم.

دو بازیگر عمدهٔ این درام جهانی همان زوج عجیب، یعنی میخائیل گورباچف و مارگارت تاچر هستند: تاچر سعی در حذف کمکهای دولتی دارد و گورباچف هم مشغول درهم‌ریختن اقتصاد دولتی بزرگترین کشور سوسیالیست جهان است.

در این فصل می‌پردازیم به تحولاتی که در کشورهای سوسیالیست مارکسیستی (بخصوص شوروی و چین و اروپای شرقی) روی می‌دهد، اما بررسی تحولاتی که در اروپای غربی و امریکا، بر اثر حذف کمکهای دولتی به وقوع خواهد پیوست در فصل پنجم مورد بحث قرار می‌گیرد.

اگر از نظرگاه سال ۲۰۱۰ یا ۲۰۲۰ به صحنه‌های گذشته بنگریم، بروشنی خواهیم دید که چگونه سوسیالیسمی که در شرف مرگ حتمی بود، در آستانهٔ قرن بیست و یکم دستخوش تغییراتی اصولی شد.

شش دلیل عمده برای انحلال سوسیالیسم کلاسیک وجود دارد:

۱) اقتصاد جهانی. در یک اقتصاد جهانی هیچ کشوری ـخواه سرمایه‌دار، خواه کمونیستـ نمی‌تواند به سیاست اقتصاد بسته و خودکفا ادامه دهد. کارآیی نسبی اقتصاد کشورهای سرمایه‌داری باعث شده که آنها به نحو بهتری بتوانند حضور و شرکت خود را در اقتصاد جهانی تثبیت کنند. هر کشوری که بخواهد با اقتصادی بسته و جدا از تحولات بازار بین‌المللی به حیات خود ادامه دهد، بطور غیر قابل علاجی عقب خواهد ماند. پرزیدنت گورباچف نیز بی‌شک به این مسئله واقف است ـو همین وقوف، انگیزهٔ او در اصلاحاتی است که آغاز کرده است. برای درک مفهوم اقتصاد بسته تصور کنید که مثلاً ایالت اوهایو از شرکت در اقتصاد ایالات متحد سر باز زند و بر خودکفایی اصرار ورزد. هر کشوری برای آنکه بتواند در اقتصاد جهانی دنیای آینده موفق باشد باید بیشتر رو به رقابت آرد نه اینکه در یک محدودهٔ حمایت‌شدهٔ اقتصادی خود را زندانی کند.

۲) تکنولوژی. اقتصاد جهانی در مرحلهٔ اول مولود ارتباطات گستردهٔ جهانی است، و اکنون نیز همین تکنولوژی ارتباطات است که روند توسعه و تکامل آن را تسریع کرده است. سرویسهای مالی که تحول‌یافته‌ترین بخش اقتصاد جهانی است، هم‌اکنون بیشتر سر و کارشان با دستگاههای الکترونیکی است نه با خود پول و خدماتی که پیش از آن انجام می‌داده‌اند. ارتباطات گسترده به کمک تکنولوژی پیشرفته مسئلهٔ بکلی تازه‌ای است.

۳) شکست تمرکز. بالاخره این واقعیت مسلم شده است که اقتصادهای مبتنی بر برنامه‌ریزی مرکزی از هر موفقیتی محروم است. شوروی دوران گورباچف بدین نتیجه رسیده است که اقتصاد هدایت‌شدهٔ آن کشور حداقل از زمان استالین، یک فاجعه

بوده است. دیگر برای همه روشن است که اقتصاد غیرمتمرکزی که بتواند براحتی خود را با تحولات و بازارهای جهانی هماهنگ کند در عرصهٔ جهان موفق‌تر خواهد بود.

سوسیالیسم که زمانی فاتح آیندهٔ جهان بنظر می‌رسید اکنون بر سر دوراهی قرار گرفته است: یا باید تغییر کند یا نابود شود.

۴) هزینهٔ سنگین کمکهای دولتی در کشورهای سوسیالیستی. هزینهٔ سنگین تأمین خدمات انسانی از سوی دولت مرکزی تقریباً بر همهٔ کشورها روشن است و برخی از کشورها را هم مستأصل کرده است. نگرانی از ورشکستگی بر ذهن بسیاری از وزرای خدمات اجتماعی و نخست‌وزیران سنگینی می‌کند. مسائل جمعیت‌شناسی که مدتهای مدید مورد غفلت قرار گرفته بود، اکنون در برابر همهٔ ما خودنمایی می‌کند. نسبت افراد شاغل به گروه بازنشستگان و مستمری‌بگیران بطرز چشمگیری از پایان جنگ دوم جهانی به اینطرف کاهش یافته است ـ به عنوان نمونه در ایالات متحد این نسبت که زمانی ۳۲ به ۱ بود اکنون معادل ۳ به ۱ شده است. همه جای دنیا حرف از متوقف کردن هزینه‌های فزایندهٔ تأمین اجتماعی است و بسیاری از ما در آخرین دههٔ قرن حاضر با این پرسش روبرو خواهیم بود که دولت برای کسانی که نمی‌توانند مخارج خودشان را تأمین کنند چه باید بکند و چگونه می‌تواند بدون ورشکستگی خزانه‌اش به این تعهدات اجتماعی وفا کند؟

۵) تغییر در نیروی کار. همه می‌دانیم که در سراسر جهان، نیاز به کارگران معمولی کم شده است و به همین نسبت اهمیت کارگرانی که به تأسیس اتحادیه‌ها و احزاب سوسیالیست می‌پرداختند کاستی گرفته است. تئوری ارزش نیروی کارگری باعث پیدایش سوسیالیسم شد ولی همین مسئله در عین حال

آغاز یک پایان بود. اکنون که سهم نیروی کارگری در تولید کالاها کاهش می‌یابد و به نسبت صفر درصد می‌رسد، تئوری جدیدی لازم است.

۶) اعتبار مجدد فرد. طبیعت اصلی اقتصاد اطلاعات به گونه‌ای است که توجهش را از دولت به فرد معطوف می‌کند. برخلاف نظریهٔ رایج جرج اورول که معتقد است کامپیوترها کنترل دولت را بر افراد تشدید می‌کنند، ما پی برده‌ایم که کامپیوتر موقعیت افراد را تقویت می‌بخشد و از قدرت دولت می‌کاهد.

به محض اینکه اقتصادهایمان را جهانی کنیم، افراد به اهمیت و قدرتی می‌رسند بمراتب بیش از آنچه در عصر صنعتی داشتند.

از عجایب روزگار ماست که می‌بینیم چگونه در کشورهای سوسیالیستی اولویت و مزیت فرد بر دولت و جامعه در حال تحقق‌یافتن است.

در اواخر قرن بیستم، نفوذ و تأثیر همین عوامل ششگانه است که اتحاد شوروی و متحدانش را بر سر دوراهی وحشتناکی قرار داده است: یا باید برای هزارهٔ سوم میلادی سوسیالیسم جدیدی اختراع کنند، و یا باید شاهد نابودی کامل آن باشند. مسئلهٔ اصلی دههٔ ۱۹۹۰، تردید و کلنجار بر سر انتخاب یکی از این دو راه است. هنوز مشخص نیست که آیا سال ۲۰۰۰ شاهد برچیده‌شدن بساط سوسیالیسم خواهد بود یا شاهد تحول کلی آن به صورت سوسیالیسم نوینی مبتنی بر مکانیسمهای بازار.

ما اکنون در آستانهٔ عصر تحول قرار داریم، عصری که همهٔ سیستمهای اقتصاد متمرکز دولتی در حال روی آوردن به طیف گستردهٔ مکانیسم بازار و عرضه و تقاضایند و خصوصی کردن وسایل تولید و توزیع، و ایجاد بازارهای بورس و تمرکززدایی و قبول ورشکستگیها و آزاد گذاشتن قیمتها و رقابتها و برچیدن قیود دست‌وپاگیر.

نخست‌وزیر سوسیالیست فرانسه، میشل روکار، خود را «سوسیالیست

طرفدار بازار آزاد» می‌خواند. باب هاوک نخست‌وزیر استرالیا خود را «سوسیالیست پیرو بازار» می‌داند. دولت حزب کارگر کشور همسایه، یعنی زلاندنو، بیش از همه مشوق بازار آزاد بوده است. دولت سوسیالیست پرزیدنت فیلیپ گونزالس در اسپانیا با قبول مقداری از قوانین حاکم بر بازار آزاد، موجب پیدایش اصطلاح تازه‌ای شده است به عنوان «سوسیالیسم بر مبنای عرضه». یکی از مشاوران اقتصادی گورباچف، آبل آگان‌بگیان می‌گوید تاکنون هیچ یک از ابداعات نوع بشر بهتر از تشکیل «بازار» نبوده است. از این قبیل تحولاتی که در شوروی و اروپای شرقی روی می‌دهد و ما اخبارش را در نشریات می‌خوانیم، در دیگر نقاط دنیا نیز در شرف وقوع است.

ترکیب «سوسیالیسم بازار آزاد» گرچه در نظر اول ترکیبی نامتجانس جلوه می‌کند ولی به‌هرحال مرحله‌ای است از تحولات عمدهٔ کشورهای سوسیالیستی در آستانهٔ ورود به قرن بیست و یکم.

جهان می‌رود که از اقتصادهای دولتی به اقتصاد آزاد مبتنی بر بازار روی آورد.

انقلاب گورباچف

در هیچ نقطهٔ دنیا، تغییر مفهوم سوسیالیسم جالب‌تر از اتحاد شوروی نیست. رهبری این روند به عهدهٔ گورباچف است که خودش هم بی‌شک تحت تأثیر تغییرات خارق‌العادهٔ جهانی عمل می‌کند.

بیایید وضع گورباچف را در مارس ۱۹۸۵ یعنی زمانی که با نسبت پنج به چهار برندهٔ آراء پولیت‌بورو شد و به قدرت رسید در نظر مجسم کنیم.

او از یک طرف در مشرق مملکت خود، چین، همان کشور کمونیست غول‌آسائی را می‌بیند که روزبروز به سیاست بازار آزاد نزدیکتر می‌شود و از کمونیسم فاصله‌ای بیشتر می‌گیرد. گورباچف که

زمانی وزیر کشاورزی بوده است، بخوبی آگاه است که کشاورزان چینی در طول پنج سال گذشته بیشترین محصول را در تمام دنیا تولید کرده‌اند و شکی ندارد که این موفقیت چین نتیجهٔ کنار گذاشتن برنامهٔ مزارع اشتراکی و پرداختن به احیای انگیزه‌های رقابتی است. گورباچف همچنان شاهد است که چینیها با اعلام سیاست «شهرها»، همان انگیزه‌هائی را که در مزارع و روستاها بکار بردند در کارخانه‌های شهری نیز ایجاد و اعمال می‌کنند.

برای او این سؤال پیش می‌آید که اگر چین برای شکوفائی اقتصاد همان برنامه‌ای را پیش گیرد که ببرهای چهارگانه (یعنی کرهٔ جنوبی، سنگاپور، تایوان، هنگ‌کنگ) پیش گرفته‌اند، و بعد از ادغام هنگ‌کنگ و چین در سال ۱۹۹۷ بر رونق اقتصادی این کشور افزوده شود، و اگر احتمالاً تایوان نیز همانطور که آرزوی جوانان چینی و تایوانی است به چین ملحق شود، آنگاه اقتصاد قدرتمند کشوری بدین عظمت چه تأثیر شگرفی بر اتحاد شوروی خواهد گذاشت؟ مخصوصاً اگر اتحاد شوروی همچنان درجا بزند؟

در طرف دیگر، گورباچف نظری به مغرب مملکتش می‌افکند و اروپا را پیش رو می‌بیند، اروپایی که همین ماه پیش (فوریهٔ ۱۹۸۵) اعلام کرد که دوازده کشور عضو جامعهٔ اقتصادی‌اش تا پایان سال ۱۹۹۲ بازار واحد و بدون مرز و به عبارتی رساتر بزرگترین بازار جهان را تشکیل خواهند داد.

با توجه بدین شرایط است که او نمی‌تواند واقعیت اقتصاد جهانی را با روند سریع و قدرت رقابت فوق‌العاده‌اش نادیده گیرد و دورنمای آینده‌ای را که در آن اتحاد جماهیر شوروی با ادامهٔ وضع فعلی روزبروز عقب‌مانده‌تر خواهد بود از نظر دور دارد.

اتحاد شوروی «ابرقدرت» است، ولی این چه ابرقدرتی است که اقتصاد داخلی‌اش در سطح اقتصاد داخلی ممالک جهان سوم است و ۲۵٪ تولید ناخالص ملی‌اش صرف برنامه‌های نظامی و فضایی می‌شود، آن هم

برنامه‌هائی که محصولاتش از حیث کیفیت به حدی نامرغوب است که در خارج از دایرهٔ اقمار شوروی معدودند کشورهائی که به خریداری آنها رغبت کنند.

تعجبی ندارد اگر گورباچف در پاسخ این سؤال که احتمال موفقیت برنامه‌های اصلاحاتیش چقدر است؟ پاسخ دهد «احتمال موفقیت مهم نیست، جز این چارهٔ دیگری نداریم.»

گورباچف از ابتدای کار می‌دانست که پرسترویکا ـ یعنی برنامهٔ اصلاح و بازسازی اقتصاد ـ بدون گلاسنوست ـ یعنی آزادی بیان و ارزیابی برنامه‌های گذشته ـ نمی‌تواند امکان‌پذیر باشد. او به کرّات بر این مسئله تأکید کرده است که پرسترویکا بدون گلاسنوست عملی نیست.

قتل‌عام میدان تیان‌آن‌من، در ژوئن سال ۱۹۸۹ گرچه فاجعه بود ولی می‌تواند درس عبرتی باشد برای گورباچف و دیگر اصلاح‌طلبان در اتحاد شوروی و اروپای شرقی. فاجعهٔ میدان تیان‌آن‌من، شاهد صادقی بود بر صحت دعوی صاحب‌نظرانی که می‌گویند: نمی‌توان بدون اصلاحات سیاسی (که بسیاری در برابرش مقاومت می‌کنند)، به اصلاحات موفق اقتصادی (که همه خواهانش هستند) دست یافت.

تحقق پرسترویکا بدون آزادیهای فردی امکان‌پذیر نیست. و این است انقلاب راستینی که در اتحاد شوروی آغاز شده است.

در این صورت باید میان ضرورت پیشرفت اقتصادی و تحمل تشنجهای سیاسی موازنه و تعادلی حفظ گردد و به همین دلیل گورباچف ناچار است سالهای متمادی به شیوهٔ بندباز ماهری عمل کند که راه دشواری را پیش رو دارد.

دعوت به سرمایه‌گذاری

در نوامبر سال ۱۹۸۶ پارلمان اتحاد شوروی قانونی تصویب کرد که طبق آن برای اولین بار در طول هفتاد سال چیزی به نام سرمایه‌گذاری

خصوصی مجاز شناخته شده بود. افراد برای اولین بار اجازه یافتند که در سه بخش از مشاغل، آزادانه سرمایه‌گذاری کنند. این سه بخش عبارت بودند از: رستوران‌داری، لباس‌دوزی، مکانیکی اتومبیل. در سال بعد مشاغل دیگری به این فهرست افزوده شد. یک سال پس از تصویب آن قانون، تعداد مشاغل آزاد به ۲۹ رسید و تعداد کسانی که در سرتاسر کشور در این مشاغل سرمایه‌گذاری کردند به شصت‌هزار، و امروزه فهرست مشاغل آزاد مشتمل بر ۵۰ عنوان است با بیش از ۱/۵ میلیون نفر سرمایه‌گذار. امروزه تأسیس کارگاههای خصوصی در شوروی با سرعت و شدت ادامه دارد.

روز اول ژانویهٔ ۱۹۸۸، سرمایه‌گذاریهای دولتی نیز معلق شد به همان ملاحظات کاسبکارانه‌ای که در مورد «سرمایه‌گذاریهای فردی» هم صادق است، یعنی تأمین سود و عرضهٔ جنس بهتر و عدم تمرکز. دستمزدها هم‌اکنون بر اساس حسن انجام کار یا سودآوری خدمات تعیین می‌شود. برای اولین بار می‌توان کارگرانی را که با کیفیت مطلوب کار نمی‌کنند، اخراج کرد. قانون موسوم به «سرمایه‌گذاریهای دولتی» نیز هنوز دست و پائی می‌زند.

ورشکستگی

در نظام جدید، سرمایه‌گذاران موفق می‌توانند قسمت اعظم سود حاصل از کارگاه را شخصاً بردارند یا به صورت سرمایه‌گذاری مجدد صرف توسعهٔ کارشان کنند یا دستمزدها را بالا ببرند. و سرمایه‌گذارانی که کسب و کارشان سودآور نباشد محکوم به ورشکستگی‌اند، مفهومی کاملا بی‌سابقه در اتحاد شوروی. طبق برنامه قرار است تا سال ۱۹۹۱ تمام تولیدات در سراسر کشور آزاد شود. به احتمال زیاد در مهلت معین شده این کار عملی نخواهد شد ولی قدر مسلم این که برنامه‌ای تنظیم شده است با هدف و جهتی کاملاً مشخص و روشن.

نحوهٔ فعالیتهای صنعتی در کشورهای کمونیست تا قبل از این تحولات جدید اقتصادی، برای مردمی که در دموکراسیهای صنعتی غرب زندگی می‌کنند، تقریباً غیرقابل فهم بود. فعالیتهای صنعتی کلاً بر اساس تصمیمات و برنامه‌هائی جریان داشت که در مسکو اتخاذ و تعیین شده بود. این مسکو بود که تعیین می‌کرد هر کارخانه در کشور سالانه چه مقدار تجهیزات و مواد اولیه باید در اختیار داشته باشد. این مسکو بود که برای همهٔ کارخانه‌ها برنامه‌ریزی می‌کرد. و میزان تولید هر محصول در هر کارخانه را نیز مسکو تعیین می‌کرد. حتی حقوق کارگران را نیز برنامه‌ریزان مرکزی در مسکو تعیین می‌کردند. با این وصف تعجبی ندارد که اسم آن را گذاشته بودند اقتصاد دستوری.

به مخاطره افتادن قرارداد اجتماعی

بسیاری از تحولات دوران گورباچف موجب از هم پاشیدن ضوابطی است که روابط دولت و مردم را مشخص کرده است، و این مسئلهٔ مهمی است. دولت تضمین کرده بود که هر شهروند دارای کاری (ولو کم‌درآمد)، با استفاده از سوبسیدهای دولتی از مسکن و خوراک استفاده کند و از مراقبتهای پزشکی مجانی برخوردار شود، در مقابل این امتیازات از رعایایش می‌خواست که دهان خود را ببندند و حزب و دولت را به عنوان قدرت مطلق بپذیرند. حالا گورباچف می‌گوید «دهانتان را باز کنید، انتقاد کنید، دوره، دورهٔ گلاسنوست است. قبول مسئولیت کنید، ساختار جامعه را بنحوی تغییر دهید که افراد بتوانند جسارت و ابتکار خود را بکار گیرند. دور، دور پرسترویکا ست. و ضمناً این را هم بدانید که اگر کیفیت کارتان مطلوب نباشد، اخراج می‌شوید.»

درهم‌ریختن نظام کهن، مسئله‌ای است که قبولش برای بسیاری از مردم اتحاد شوروی دشوار است. از زمان انقلاب ۱۹۱۷، چهار نسل از

مردم شوروی مشاغل تضمین‌شدهٔ مادام‌العمری داشته‌اند بی‌آنکه توجهی به کیفیت کارشان بشود (به قول یک ضرب‌المثل قدیمی روسی: ما تظاهر به انجام وظیفه می‌کنیم و آنها هم تظاهر به پرداخت دستمزد.) ولی اکنون همهٔ آن ضوابط در حال تغییری ناگهانی است. گورباچف اصرار دارد که این شیوه تغییر کند. در ژوئن ۱۹۸۷ او گفت: «این مسئله بخصوص حائز اهمیت است که دستمزد حقیقی هر کارگر نسبت مستقیمی دارد با احساس مسئولیت و حاصل کارش، و برای پرداخت دستمزد هم هیچ محدودیتی وجود ندارد.»[۱]

پرسترویکا در کشاورزی

در سال ۱۹۸۸ گورباچف به عنوان طلیعهٔ برنامه‌ای انقلابی درصدد برهم زدن نظام کشاورزی اشتراکی استالینی برآمد که لازمه‌اش تبدیل مزارع اشتراکی وسیع دولت بود به واحدهای کوچک زراعی اجاره‌ای و جالب اینکه اعلام کرد این تحول باید همهٔ بخشهای کشاورزی را دربر گیرد. او گفت: «هدف این است که تمام بخشهای کشاورزی، تمام کشاورزی، مشمول این تحول شود.» و بر همین منوال به ترغیب سرمایه‌گذاریهایی پرداختند تا کارگر روستایی بتواند «ارباب زمین زراعتی خودش» گردد.

در ماه مارس سال ۱۹۸۹، کمیتهٔ مرکزی با تصویب قطعنامه‌ای اجازه داد که خانواده‌های کشاورز یا گروهی از کارگران کشاورزی بتوانند از اراضی دولتی زمین اجاره کنند، آن هم اجارهٔ مادام‌العمر و حتی با حق واگذاری به فرزندانشان. اجاره‌کاران می‌توانند هر نوع محصولی را که می‌خواهند عمل آورند و سود حاصل از آن را نیز برای خود نگاه دارند.

رو آوردن به مزارع اجاره‌ای بزرگترین تحولی است که از سال ۱۹۲۹ ـ یعنی سالی که استالین راندن روستائیان روسی را به مزارع اشتراکی

آغاز کرد- تاکنون رخ داده است و در جریان این برنامه میلیونها نفر یا از قحطی جان خود را از دست دادند یا به گناه تمرد اعدام شدند. روستاییان مجبور بودند به عنوان «کارگر روزمزد» مشغول زراعت شوند و تنها قطعهٔ بسیار کوچکی از زمین زراعتی را برای تأمین بعضی مصارف شخصی در اختیار داشته باشند. جای تعجب نیست اگر همین قطعات کوچک اختصاصی -که از ۳٪ زمینهای قابل کشت تجاوز نمی‌کرد- تنها قطعاتی بود که واقعاً زراعت می‌شد و کشاورز از محصولش مراقبت می‌کرد. تقریباً هفتاد درصد سبزیجات مصرفی اتحاد شوروی در همین ۳٪ اراضی بعمل می‌آمد. درحالی که تولید مزارع اشتراکی شوروی در هر جریب تقریباً معادل یک‌نهم محصولی بود که یک کشاورز امریکایی از هر جریب برمی‌داشت.

اجاره دادن

اجاره دادن اراضی نخستین قدمی بود که در اتحاد شوروی به مقصد کسب و کار آزاد برداشته شد. در اولین سالهای رهبری گورباچف، مشکل بزرگ این بود که اقتصاد اتحاد شوروی چگونه می‌تواند برنامه‌ای را که شباهت بسیاری به نظام جهان سرمایه‌داری داشت توجیه کند و آن هم در حالیکه یکی از ویژگیهای اصلی نظام شوروی مالکیت دولت است بر تمامی وسایل و ابزارهای تولید. بعد مسکو شگرد اجاره دادن را کشف کرد (یا شاید آن را دوباره کشف کرد، چرا که لنین هم قبلاً این شیوه را آزموده بود، ولی استالین تا سال ۱۹۳۰، اثری از آن باقی نگذاشت). این کشف تنها منحصر و مخصوص به مزارع نماند بلکه کارخانه‌ها و مؤسسات خدماتی را نیز دربر گرفت. هدف، اجاره دادن وسایل تولیدی به افراد یا شرکتهای تعاونی به مدت پنجاه تا نود سال است؛ در برخی از موارد باید هر هفت یا ده سال یک بار دربارهٔ قراردادهای اجاره، مذاکره و تجدید نظر شود. بدین ترتیب، گرچه از

لحاظ فنی دولت همچنان مالکیت خود را بر ابزار تولیدی حفظ کرده است ولی افرادی هم که فلان کارخانه را در اجاره دارند احساس نوعی مالکیت می‌کنند و می‌دانند که در ازای پرداخت اجاره‌بهایی به دولت می‌توانند از حاصل سعی و عملشان بهره‌مند شوند.

بسیاری از اقتصاددانان شوروی (احتمالاً مارکسیستها) اکنون اذعان می‌کنند که هیچ انگیزه‌ای برتر از سود نیست. پاول بونیچ یکی از برجسته‌ترین اقتصاددانان شوروی که مشاور گورباچف نیز هست می‌گوید: «سیستم اجاره‌داری سیستم اساسی سوسیالیسم خواهد شد.» او می‌گوید اقتصاد ایدئال شوروی، اقتصادی است که ۴۰% آن خصوصی و ۶۰ درصدش دولتی باشد. برخی از اقتصاددانان از این فراتر می‌روند و بجای نظام اجاره‌کاری خواهان مالکیت واقعی هستند.[۲]

کارگران و افرادی که مزارع و کارخانه‌ها را اجاره می‌کنند، تمامی مسئولیت ضرر و زیان آنها را هم به عهده خواهند گرفت و این تغییر عمده‌ای است از اقتصاد دستوری و متمرکز و استالینیستی. سیستم اجاره‌داری در حال حاضر به تدریج جای خودش را باز می‌کند و تنها زمان و میزان تهور افراد است که می‌تواند اندازه و گستردگی آن را تعیین کند.

موانع اصلاحات گورباچف

البته گورباچف و اصلاحاتش مقبولیت همگانی ندارد. وادیم زاگلادین، معاون گورباچف در پست ریاست جمهوری می‌گوید: «گورباچف و اطرافیانش از حمایت غالب روشنفکران و مردم برخوردارند ولی بین ما و مردم، قشری متشکل از بیست میلیون بوروکرات قرار گرفته است و این عده با چنگ و دندان با ما خواهند جنگید.»[۳] و البته بوروکراتها نمی‌خواهند از موقعیتهای ممتاز و امتیازات انحصاریشان دست بکشند.

شمار کثیری از متفکران، گویی جان تازه‌ای از تغییرات و آزادی بیان گرفته‌اند. و این عبارتشان تقریباً در همه جای دنیا شنیده می‌شود که «اصلاً فکر نمی‌کردیم شاهد این اتفاقات در دورهٔ زندگیمان باشیم.» برخی از روشنفکران که این تغییرات کاسه‌کوزه‌شان را بهم ریخته است، ناراضی و شاکی‌اند، ولی اینها تنها اقلیت کوچکی را تشکیل می‌دهند. الکساندر گلمن، یکی از معروفترین نمایشنامه‌نویسان معاصر شوروی می‌گوید: «بعضیها می‌گفتند که نمی‌توانند از استعداد و خلاقیتشان بهره ببرند چون آزادی ندارند. ولی وقتی آزادی بدست آوردند، معلوم شد که اصلا استعدادی نداشتند. به همین خاطر هم‌اکنون علیه آزادی دم می‌زنند.»[۴]

انتقادهای تندی که در سایهٔ گلاسنوست از استالین صورت می‌گیرد یکی از انگیزه‌های ناخشنودی از گورباچف شده است. اکنون دیگر علناً در تلویزیون و نشریات دربارهٔ جنایتها و «قساوتهای» (کلمه‌ای که بسیاری از مردم شوروی دربارهٔ استالین بکار می‌برند) استالین بحث می‌شود. حالا به یک نسل از مردم شوروی گفته می‌شود که استالین نه خدای مارکسیسم بلکه اهریمنی بود که جنایات فجیعی مرتکب شد و کشور را بی‌اندازه به قهقرا برد.

ولادیسلاو استارکوف، سردبیر جدل و واقعیت که بیست میلیون خواننده دارد می‌گوید پس از آنکه یک‌سری مطالب انتقادی دربارهٔ استالین منتشر کرد، هزاران نامهٔ اعتراض‌آمیز به دستش رسید که بسیاری از آنها را نیز در همان نشریه چاپ کرد. وقتی به افرادی که هویت اجتماعی خود را مدیون استالین می‌دانند گفته شود که استالین چه موجود وحشتناکی بوده است، طبیعتاً عکس‌العمل نشان می‌دهند. زنی در نامه‌اش نوشته بود «شما می‌خواهید بر تمام زندگی گذشتهٔ من خط بطلان بکشید.»[۵]

در لحظهٔ غم‌انگیزی از کنفرانس ژوئن سال ۱۹۸۸ حزب، کارگری پیشنهاد کرد بنایی به یادبود قربانیان زمان استالین ساخته شود؛ این

پیشنهاد نقطهٔ عطفی در کار کنفرانس شد. حزب دریافت که برای دست زدن به اصلاحات ناچار است گذشته را هم در نظر داشته باشد. اکنون نقشه‌های این بنای یادبود در دست تهیه است. الکساندر گلمن دربارهٔ استالین– زدائی در اتحاد شوروی می‌گوید: «با استالین‌زدائی همچنان که آینده‌مان را تغییر می‌دهیم، باید گذشته‌مان را هم بازسازی کنیم.»[۶] (کمونیسم سیستمی است که گذشته در آن جای بحث ندارد.)

نقش چین

ناظران امور چین در شوروی از سال ۱۹۸۷ علناً اظهار کردند که جهت‌گیری اقتصادی چین نقش مهمی در تعیین سیاستهای پرسترویکا ایفا می‌کند.

سرگئی استپانف از «انستیتو اقتصاد نظام جهان سوسیالیستی» می‌گوید: «چین تنها کشور سوسیالیستی است که وضع اقتصاد و ضرورت اصلاحاتش در سطحی شبیه به سطح ما (اتحاد شوروی) است و ما با هدفهایی که داریم باید چین را به صورت آزمایشگاهی برای اصلاحات اساسی‌مان در سیاست خارجی تلقی کنیم.»

در مقایسهٔ تجارب اقتصادی اتحاد شوروی با چین باید چند نکته را در نظر گرفت:

* بخشی از استراتژی چین عبارتست از کاهش هزینه‌های نظامی و تسلیحاتی به منظور تولید بیشتر کالاهای مصرفی و مورد نیاز مردم. این عمل، برای چین، به علت تعهدات نظامی محدودش آسان‌تر است. اتحاد شوروی نیز با اینکه ملاحظات نظامی‌اش بمراتب بیشتر از چین است، اکنون تحت تأثیر چین، بشدت مشغول کاستن از هزینه‌های نظامی است تا بتواند بر تولید کالاهای مصرفی مردم بیفزاید.

* چین و شوروی، با همهٔ اختلاف‌جهتها، هر دو خود را نمونه و سرمشقی می‌پندارند برای دیگر کشورهای سوسیالیست. چینیها اصلاحات اقتصادی را با حفظ کنترلهای شدید سیاسی ادامه می‌دهند و سرکوبی جنبش دانشجویان در سال ۱۹۸۹ نمونه‌ای از این سیاست است، حال آنکه گورباچف همزمان با آزادیهای سیاسی، اصلاحات اقتصادی را هم پیش می‌برد. دنگ شیائوپینگ، با برداشتن «دو گام به پیش، و یک گام به پس»» رفتاری احتیاط‌آمیز دارد، حال آنکه گورباچف متهورانه‌تر قدم به میدان گذاشته است و می‌خواهد همه چیز را همزمان اصلاح کند.

* علی‌رغم این واقعیت، رفع محدودیتهای اقتصادی چین، پیشرفته‌تر از شوروی است، بخصوص در زمینهٔ کشاورزی که دنگ شیائوپینگ پیش از گورباچف، سیستم اشتراکی را در کشاورزی لغو کرد و به سیستم کشاورزی خانوادگی بازگشت. در چین تولیدات غذایی و درآمد کشاورزان به نحو چشمگیری افزایش یافته است. چین برنامه‌اش را با اصلاحات کشاورزی آغاز کرد، و قبل از پرداختن به اصلاحات دیگر، به فکر سیر کردن شکم مردمش افتاد. اکنون در شهرها، اغذیه‌فروشیهای خصوصی به وفور در همه جا به چشم می‌خورد، همچنین رستورانها و تعمیرگاهها و دیگر کسب و کارهای خصوصی. اکنون کارخانه‌ها اجازه دارند مقداری از سودشان را برای خود نگاه دارند و آن را به تشخیص مدیر کارخانه صرف افزایش دستمزدها یا تجدید و تهیهٔ وسایل کنند.

* تعصب در ایدئولوژی، دست و پای چین را برخلاف اتحاد شوروی ـ که به عنوان پدربزرگ ممالک سوسیالیستی باید برای هر تغییر روش، توجیهی ایدئولوژیک ارائه دهدـ نبسته است. دنگ شیائوپینگ می‌گوید: «گربه باید بتواند موش بگیرد، فرقی نمی‌کند که رنگش سیاه باشد یا سفید.» ولی در اتحاد شوروی،

بیشتر به رنگ گربه توجه کرده‌اند نه کارآئیش. از آنجا که چین تا سال ۱۹۴۹ تحت سلطهٔ کمونیسم درنیامده بود، هنوز هستند افرادی که دورهٔ قبل از مائوتسه تونگ را بخاطر می‌آورند و می‌توانند گذشته و حال را با هم مقایسه کنند. در اتحاد شوروی کسی باقی نمانده است که بتواند دورهٔ قبل از لنین و استالین را بخاطر آورد.

* چند کمپانی چینی، با عرضهٔ سهام خود مقدمات ایجاد یک بازار بورس را در چین بوجود آورده‌اند، چیزی که بتازگی توجه شورویها را به خود مشغول کرده و احتمالاً آنان نیز همین شیوه را برخواهند گزید.

* تا قبل از سال ۱۹۴۹، سرمایه‌داری در چین رواج داشت و چینیها قرنها در زمرهٔ بازرگانان عمدهٔ جهان بودند. ولی در شوروی سنت سرمایه‌داری و سرمایه‌گذاری فردی در سایهٔ سیستم فئودالی تزارهای روسیه و آن هم تا حدی رایج بود و با ظهور ایدئولوژیهای کمونیستی از بین رفت.

* در سال ۱۹۸۸، چین ۲۰ میلیون سرمایه‌گذار خصوصی داشت، حال آنکه شورویها تازه سرمایه‌گذاری خصوصی را قانونی اعلام کرده‌اند، گرچه داد و ستدهای خصوصی همواره در بازار سیاه آن کشور رونق داشته است.

* چین از سال ۱۹۷۸ یعنی از زمان به قدرت رسیدن دنگ، دست به اصلاحات اقتصادی زد، حال آنکه گورباچف تازه از سال ۱۹۸۵ قدرت را به دست گرفته است.

فیودور بورلاتسکی، که متن سخنرانیهای نیکیتا خروشچف را می‌نوشت و سابقاً دستیار یوری آندروپوف بود و اکنون روزنامه‌نگار و نمایشنامه‌نویس و طرف اعتماد گورباچف است می‌گوید: «ما هنوز بیش از زمانی که چینیها اصلاحاتشان را شروع کردند، در بند محافظه‌کاری

گرفتاریم.»[۷]

کشاورزی خانوادگی در بخشهایی از اتحاد شوروی بطور آزمایشی به اجرا گذاشته شده است و بورلاتسکی معتقد است که می‌توان سرمشق چینیها را «در سراسر کشور بکار گرفت.» او معتقد است که توفیقات چشمگیر چین عمدتاً مدیون «سهیم شدن بی‌سابقهٔ روستائیان در حاصل دسترنجشان است.»

بورلاتسکی می‌گوید: «در شوروی هرگز کسب و کار خصوصی مورد تشویق و ترویج نبوده است. تا همین یک قرن پیش ما هنوز بردگان مزدور (سرفها) بودیم و بعد هم نظام جدید (کمونیسم شوروی) آمد که لازمه‌اش سرکوب کردن همهٔ انگیزه‌های فردی بود. کسانی که به صورت داوطلبانه دست به کسب و کار خصوصی می‌زنند با مانع دیگری نیز روبرویند. به عقیدهٔ بورلاتسکی «مشکل اصلی، تنگ‌نظری و حسادت عموم بوروکراتهاست. کارمندان محلی نمی‌توانند قبول کنند که مردم چندبرابر آنان درآمد داشته باشند. روزنامه‌های شوروی پر است از داستانهایی دربارهٔ فلان شعبهٔ حزب یا مأموران دولتی که به جای ایجاد تسهیلات برای سرمایه‌گذاری آزاد، هرگونه انگیزه و ابتکاری را نیز سرکوب می‌کنند. به عنوان نمونه به نقل یک مورد اکتفا می‌کنیم، و آن اینکه مقامات رسمی در کراسنویارسک، درِ یکی از اتحادیه‌های تاکسیرانان را بدین گناه که اعضایش درآمد زیادی دارند، تخته کردند.»

این گفتهٔ گورباچف که سرمایه‌داری موفق‌تر از سوسیالیسم است، او را از تمام اسلافش جدا می‌کند و اساس فضای باز را تشکیل می‌دهد.

تعدّد احزاب

آیا یک سیستم چندحزبی که بسیاری آن را تنها نشانهٔ وجود دموکراسی «واقعی» می‌دانند، پایش به اتحاد شوروی باز خواهد شد؟

گورباچف در حالیکه لااقل در انظار از سیستم تک‌حزبی طرفداری می‌کند ولی فضای باز سیاسی‌اش به خودی خود مایهٔ خوشبینیهاست؛ چرا که یک فضای باز است که می‌تواند زمینه‌ساز خلاقیتهای هنری و علمی و اقتصادی شود. مثلاً به سوابق چینیها در خلاقیتهایشان بنگریم. بهار شکوفائی استعدادهای این ملت منحصر به دوره‌هایی است که نظام ایدئولوژیکی جزمی سفت و سختی بر سرشان سایه نیفکنده بوده است و فلسفه‌های گوناگونی از قبیل آئین تائو و آئین کنفوسیوس با یکدیگر رقابت می‌کرده‌اند. از وقتی که اعمال نظریات جزمی مکتب کنفوسیوس در دورهٔ سلسله‌های مینگ و منچو رواج یافت، خلاقیت استعدادهای چینی اُفت کرد.

شوروی از پیشرفتهای اقتصادی، اگرنه سیاسی چین، در دههٔ هشتاد می‌تواند پندهائی بیاموزد و در نظر داشته باشد که اگر سطح زندگی در چین بالاتر از شوروی باشد، مایهٔ تحقیر و سرشکستگی اتحاد جماهیر شوروی خواهد بود.

* تولیدات کشاورزی چین در کمتر از یک دهه دوبرابر شده است. اکنون هشتصد میلیون دهقان چینی در محصول زمینی که رویش کار می‌کنند سهیم هستند و قراردادهایی گاه ۱۵ ساله دارند، با حق بهره‌مندی فرزندانشان از به میراث بردن مزرعه.
* دهقانان تشویق می‌شوند تا قطعه‌زمینهای ملکی خصوصی‌شان را توسعه دهند و علتش هم معلوم است زیرا همین قطعات کوچک زمینهای خصوصی که کمتر از ۴ درصد کل زمینهای کشاورزی را تشکیل می‌دهد، یک‌سوم گوشت و محصولات لبنی و نیمی از سیب‌زمینی کل کشور را تأمین می‌کند.
* بقیهٔ اراضی کشاورزی مزارع اشتراکی است و با اینکه دهقانان مجازند تا ۳۰ درصد محصول خود را در بازارهای محلی بفروشند باز هم حاصلخیزی این مزارع به قطعات ملکی

خصوصی نمی‌رسد. در چین، دیگر خبری از آن ۵۵٬۰۰۰ کمونی
که در دورهٔ مائو ایجاد شده بود، نیست.

در چین، دولت از برنامه‌ریزیهای مرکزی کاسته است، بر صنایع سبک بیش از صنایع سنگین تکیه می‌کند، رقابت را ترغیب کرده و کمکهای دولتی به بخشهای غیرسودده را نیز قطع کرده است.

چین واقعاً کسب و کار آزاد را ترغیب کرده است. بیش از هشتاد درصد از رستورانها و تعمیرگاهها و مراکز خدماتی که از سال ۱۹۷۶، یعنی زمان به قدرت رسیدن دنگ تأسیس شده‌اند اکنون تحت مالکیت خصوصی اداره می‌شوند.

چینیها همچنان به تحقق بخشیدن ادعایشان ـ یعنی ساخت سوسیالیسم با خصوصیتهای چینی ـ ادامه می‌دهند. و به قول شهردار شهر شِنیانگ، وقتی چین از اصولی نظیر قبول ورشکستگی و اجاره‌کاری و عرضهٔ سهام برای ارتقاء اقتصاد سوسیالیستی بهره می‌گیرد «دیگر این چیزها، کاپیتالیستی بحساب نمی‌آیند.»[۸]

کنفرانس ژوئن سال ۱۹۸۸
حزب کمونیست اتحاد جماهیر شوروی

یکی از قدمهای عمدهٔ اصلاحات شوروی در کنفرانس اواخر ژوئن سال ۱۹۸۸ حزب برداشته شد. کنگره‌های حزب بطور مرتب هر پنج سال یکبار بایستی تشکیل می‌شد ولی این اولین کنفرانس اختصاصی حزب بود که از سال ۱۹۴۵ به بعد تشکیل می‌شد. استالین از برقراری همچو کنفرانسهائی بشدت اکراه داشت. کنفرانس سال ۱۹۴۵ هیجدهمین کنگرهٔ حزب بود و به همین مناسبت کنفرانس ژوئن ۱۹۸۸ نوزدهمین کنفرانس حزب کمونیست نامیده شد.

کنفرانس حزبی زمانی تشکیل می‌شود که مسئلهٔ ضروری مهمی برای

مذاکره پیش آمده باشد و نوزدهمین کنفرانس بدین منظور برپا شده بود تا به موضوع اصلاحات سیاسی در اتحاد شوروی رسیدگی کند. این کنفرانس در حکم طلیعه‌ای بود برای آغاز دوران انتقال قدرت از حزب به دولت.

سطح انتظارات و توقعات بسیار بالا بود. نمایندگانی از سراسر کشور انتخاب شدند. بسیاری از آنان طرفداران متعصب حزب بودند ولی در میانشان چهره‌های تازه نیز اندك نبود. در اتحاد جماهیر شوروی این احساس روزبروز قوت می‌گرفت که تغییرات اقتصادی مطلوبی که آن همه مورد بحث است، تنها با دموکراتیزه کردن جامعه نتیجه‌بخش خواهد بود. و به عبارت دیگر اصلاحات اقتصادی و سیاسی باید دوشادوش هم به اجرا درآید.

بیش از سیصد نماینده اجازهٔ صحبت خواستند ولی کمتر از صد نماینده توانستند در جلسات چهارروزهٔ کنفرانس صحبت کنند. از بقیه خواسته شد که نظراتشان را بنویسند و در نشست نهایی تسلیم کنند. یکی از نمایندگان رو کرد به آندرئی گرومیکو که در آن زمان رئیس‌جمهور کشور بود و درست پشت سر او نشسته بود، و از او خواست که استعفا دهد زیرا از اعضای هیئت حاکمهٔ سابق بوده است.

میان نمایندگان موافق و مخالف پرسترویکا بحث درگرفت، و بعضی از مباحثات به مناقشه انجامید. سخنرانان طرفدار پرسترویکا و گلاسنوست توسط نیمی از نمایندگان تشویق می‌شدند و سخنرانان محافظه‌کار توسط نیمی دیگر. گورباچف با دقت به حرفهای تمام سخنرانان ــ که از بسیاری از آنان حتی ذره‌ای هم دلخوشی نداشت ــ گوش می‌داد. افراد ملت چشم به صفحهٔ تلویزیون دوخته و مبهوت و حیرت‌زده، تماشاگر سخنرانیها و مباحثات بودند؛ منظره‌ای که شاهدش بودند بکلی در نظرشان تازگی داشت. دیمیتری لیسوؤلیک، یکی از والامقامان کمیتهٔ مرکزی، برگذاری کنفرانس را «تجدید حیات سیاسی» کشور نامید و بسیاری از نمایندگان حاضر در جلسه و مردم تماشاگر تلویزیون هم نظر او را پسندیدند.[۹]

نوزدهمین کنفرانس حزب سرآغازی واقعی بود برای مشخص کردن حدود قدرت حزب و سلطهٔ دولت و جدا کردن حساب قدرت مرکزی از اختیارات دولتهای محلی و متمایز ساختن اصلاحات اقتصادی از امور سیاسی. جلسات کنفرانس نمونه‌ای شد از فرهنگ سیاسی جدید اتحاد جماهیر شوروی.

در جریان کنفرانس، تأخیرهایی طولانی در اعلام نتایج رأی‌گیریها پیش می‌آمد زیرا ماشینی برای شمارش آراء پنج‌هزار نماینده وجود نداشت و ورقه‌های رأی بناچار توسط افراد شمارش می‌شد. در سالهای گذشته که همهٔ رأیها یکسان بود، موردی برای استفاده از چنین ماشینهائی پیش نیامده بود.

آخرین اجلاس مجلس اعلای شوروی

اصلاحات سیاسی مورد بحث در نوزدهمین کنفرانس حزب به عنوان تغییرات قانون اساسی توسط مجلس اعلای شوروی پذیرفته شد. در اواخر سال ۱۹۸۸، پس از سه روز گفتگو و پاره‌ای اصلاحات، مجلس اعلا قدرت را از حزب کمونیست گرفت و به نمایندگان مردم در هیئت مقننه سپرد. سه تغییر بسیار مهم صورت قانونی به خود گرفت:

۱) مقام سابقاً تشریفاتی ریاست جمهوری تبدیل به قدرتی اجرایی شد، با اختیاراتی وسیع برای برنامه‌ریزی سیاستهای داخلی و خارجی. گورباچف در ماه مهٔ سال ۱۹۸۹ به مقام ریاست جمهوری ـ که مثل همهٔ مقامات رسمی به دو دورهٔ پنج‌ساله محدود می‌شود ـ انتخاب شد. در قانون جدید اختیار عزل رئیس‌جمهور به قوهٔ مقننه واگذار شده است.

۲) تشکیل پارلمانی دو مجلسی در نظر گرفته شد. مجلس نخستین که کنگرهٔ نمایندگان خلق نامیده شده است متشکل از

۲٬۲۵۰ تن نمایندگانی است که در مارس ۱۹۸۹ از پانزده جمهوری اتحاد جماهیر شوروی برگزیده شدند. همین کنگرهٔ نمایندگان است که با آراء مخفی ریاست جمهوری را انتخاب می‌کند و هرگاه ضرورتی پیش آید در هر موقع سال تشکیل جلسه می‌دهد تا سیاست کلی اقتصادی و اجتماعی مملکت را تصویب کند و همچنین نمایندگانی تازه برای عضویت در مجلس اعلای ۴۲۲ نفری شوروی برگزینند. مجلس اعلای شوروی طبق برنامهٔ منظمی تشکیل جلسه می‌دهد و یک‌پنجم اعضایش سالی یک بار به نوبت از میان اعضای کنگرهٔ نمایندگان خلق انتخاب می‌شوند. بدین صورت هر ساله یک‌پنجم اعضای مجلس عالی جای خود را به نمایندگانی از کنگرهٔ خلق می‌سپارند و همهٔ اعضای کنگره نیز در طول پنج سال این موقعیت نصیبشان خواهد شد که بر کرسیهای مجلس اعلا تکیه زنند.

رابطهٔ بین این دو مجلس هنوز مشخص نشده است. قرار بود کنگرهٔ نمایندگان تشکیل جلسه دهد و بعد از انتخاب اعضای مجلس اعلا جلسهٔ بعدی را به سال آینده موکول کند ولی تا امروز که از این کار سر باز زده است. و چنین به نظر می‌رسد که چیزی شبیه نظام دومجلسی امریکا (مجلس سنا و عوام) در حال شکل‌گیری است. مجلس اعلای جدید شوروی مجلس قانونگذاری واقعاً قدرتمندی خواهد بود و جای مجلس قدیمی ۱٬۵۰۰ عضوی را ـ که کارش صرفاً مهر تأیید گذاشتن بر تصمیمات رهبری حزب کمونیست بود ـ خواهد گرفت. مجلس قدیم تا تابستان ۱۹۸۸ ـ یعنی زمانی که ندرتاً چند نفری به مخالفت پرداختند ـ عملاً مجلس متفق‌الآرائی بود.

۳) در انتخابات کنگرهٔ نمایندگان خلق که در مارس ۱۹۸۹ صورت گرفت، کاندیداها متعدد بودند و انتخابات با رأی مخفی انجام شد و درواقع این اولین انتخابات ملی واقعی در تاریخ شوروی بود.

انتخاب نمایندگان صدها مجلس قانونگذاری محلی و منطقه‌ای نیز چندکاندیدائی بود و با رأی مخفی انجام شد.

بعلاوه، پانزده جمهوری اتحاد شوروی هم در کنگرهٔ نمایندگان کرسیهایی بیش از مجلس اعلای سابق دارند (یک‌سوم تمام نمایندگان). اکنون اعلام و برقراری حکومت نظامی در هر جمهوری، تنها با مشورت سران آن جمهوری امکان‌پذیر است. تحقق این نکتهٔ مهم مایه‌بخش استقلال عمل بیشتری برای جمهوریهای شوروی خواهد بود.

گورباچف که از زمان لنین تاکنون، اولین رهبری است که تحصیلات حقوقی کرده است، بر «حکومت قانون» تأکید می‌ورزد. مجلس عالی سابق قبل از آنکه عملاً به انحلال خود رأی دهد، قوانین جدیدی را که متضمن استقلال قضات بود از تصویب گذراند و فعلاً کمیسیون جدیدی مشغول تجدیدنظر کامل در قانون اساسی شوروی است.

در نظر گورباچف این تغییرات سیاسی برای تجدید حیات اقتصادی و تحولات اساسی مملکت ضرورت دارد. این عبارت حکیمانهٔ او که مملکت به اصلاحات اقتصادی همانقدر نیازمند است که اعضاء بدن به اکسیژن، بکرّات در میان مردم دهان به دهان گشته است. گورباچف اعلام کرده است که هدفش ایجاد نظام سوسیالیستی «کنترل و موازنه»ای است که در آن قدرت اجرائی دولت مرکزی به وسیلهٔ مجلس قانونگذاری قدرتمند و جمهوریهای محلی کنترل و متعادل گردد.

گورباچف عصر پرسترویکا را دوران بکارگیری راه‌حلهای غیرعادی نامتعارف می‌خواند. او که نقشه‌های بزرگی در سر دارد می‌گوید «رسیدن به هدفهای عالی در نخستین قدم غیرممکن است.»[۱۰]

شاید کوشش و قدمهای بسیاری لازم باشد. با شروع دههٔ ۱۹۹۰ نشانه‌های ظاهری حاکی از آن است که روند پرسترویکا کند و وضع اقتصادی وخیم‌تر شده است و ناآرامیهای قومی رو به افزایش گذاشته است. اگرچه گورباچف همچنان در موضع قدرت است، ولی اگر قرار

است که او معجزهٔ نجات اقتصادی شوروی را تحقق بخشد، به هرگونه کمکی که ممکن باشد نیازمند است. شاید هم مقدر چنین بوده است که سرانجام گورباچف پیشاهنگ شروع انقلاب اجتماعی عظیمی باشد که تا جا افتادن و به سامان رسیدنش با آشوبها و هرج و مرجهای بسیار همراه خواهد بود.

نکتهٔ قابل تأمل و شاید مضحک این است که مجارستان و لهستان که هرگز بدون وجود گورباچف خواب این تحولات و تغییرات را هم نمی‌دیدند، احتمالاً برای رسیدن به بازار آزاد، راه سهل‌تر و بی‌دردسر-تری در پیش داشته باشند.

اروپای شرقی

در قلمرو اقمار شوروی هیچ منطقه‌ای مهمتر از اروپای شرقی نیست. و مجارستان و لهستان کشورهایی هستند که هم گورباچف و هم غرب باید چهارچشمی مواظبشان باشد.

مجارستان

مجارستان از سال ۱۹۶۸ به این طرف به صورتی مؤثر و مداوم پیشتاز کشورهای اروپای شرقی در اصلاح سوسیالیسم استالینیستی بوده است. درواقع بعد از چین، مجارستان دومین سرمشق و نمونه برای اتحاد شوروی است. امروزه این کشور با اینکه از لحاظ اقتصادی موفق‌ترین کشور بلوک شرق است ولی هنوز هم قدرت رقابت با غرب را ندارد.

اقتصاد لیبرال مجارستان، مواردی از قبیل کسب درآمدهای شخصی، ورشکستگی، معاملات اوراق بهادار، خرید و فروش سهام، مالکیت خصوصی و افتتاح شعب محلی «سیتی‌بانک» و فروشگاههای مک‌دونالدز را مجاز دانسته است. کسب و کارهائی از قبیل تأسیس و

ادارهٔ سقط‌فروشیها، سوپرمارکتها، شرکتهای ساختمانی، خواربار-فروشیها، باشگاههای شبانه، رستورانهای شیک و مجلل، کارگاههای لوله‌کشی و تاکسیرانی، در مجارستان، غیردولتی و آزاد است. در این کشور فروشگاههای عظیم زنجیره‌ای «اسکالا» که به صورت غیردولتی اداره می‌شود اکنون بزرگتر از فروشگاههای انحصاری دولتی است.

ولی علی‌رغم این فهرست قابل توجه، باز هم مجارستان برای تجدید حیات اقتصاد راکدش باید قدمهای اساسی‌تری بردارد. و اگر چنین کند دیگر یک کشور سوسیالیستی نخواهد بود. «سوسیالیسم بازار آزاد» تا چه مرحله‌ای می‌تواند پیش رود و باز هم سوسیالیسم باشد؟ این سؤال مهمی است زیرا اکثر ملل و کشورهایی که این روند را از سر می‌گذرانند هنوز اصرار دارند که خود را همچنان سوسیالیست تصور کنند. در این رهگذر مجارستان نمونهٔ مهمی است، چرا که بیش از دیگر کشورهای سوسیالیستی با این سؤال روبرو شده است.

بعد از دو دهه تمرین و تجربه، اکنون چنین می‌نماید که مجارستان میان دو قطب کاپیتالیسم و سوسیالیسم سرگردان مانده است.

یانوش هوس، رئیس کمیتهٔ برنامه‌ریزی ملی و یکی از اعضای کمیتهٔ مرکزی حزب کمونیست می‌گوید: «ما باید مسئلهٔ اصلی را روشن کنیم. اگر به همین صورت عملاً به راهمان ادامه دهیم، دیگر نخواهیم توانست به این سؤال که سوسیالیسم چیست و چگونه با کاپیتالیسم غربی تفاوت دارد، پاسخ دهیم.»[11]

از یک سو، ۳۰ درصد تولید مجارستان از بخش خصوصی تأمین می‌شود و در این کشور حتی میلیونر هم وجود دارد، و از سوی دیگر این مسئله مطرح شده است که آیا دولت موظف به تأمین معاش بیکاران هست یا نه. این خود مصداقی است از فشار آوردن بر میله‌های قفس ایدئولوژی. مجارستان در کار تعیین حد و رسمهای تازه‌ای برای سوسیالیسم است.

مزارع مجارستان که سابق بر این از تأمین غذای مردم کشور ناتوان

بودند، در حال حاضر بقدری کار و بارشان رونق گرفته است که مقدار زیادی هم از مازاد محصولاتشان را به خارج صادر می‌کنند. (تعاونیهای کشاورزی بیش از هشتاد درصد اراضی زراعی را از دولت اجاره کرده‌اند و این تعاونیها چنان توفیق داشته‌اند که اکنون به تأسیس شعباتی برای تعمیر ابزار کشاورزی و حتی نرم‌افزار کامپیوتری اقدام کرده‌اند.)

و در همین زمان، صنایع دولتی عمده‌ای نظیر فولاد و زغال‌سنگ و صنایع سنگین، با ضررهای هنگفت خود به اقتصاد کشور صدمه می‌زنند.

در طول یک سال، سود و درآمد ارزی ارنو روبیک، مبتکر «مکعب روبیک» بیش از مجموع درآمدهای همهٔ صنایع سنگین مجارستان بود. آقای روبیک میلیونر است و صنایع سنگین مجارستان ورشکسته.

در سال ۱۹۸۷ تجربهٔ جالبی به مرحلهٔ اجرا درآمد: ده‌هزار تن کارمندان صنایع لاستیک‌سازی تاروس اجازه یافتند «اوراق سود» شرکت را خریداری کنند. این اوراق متضمن سهم مشخصی از درآمد سالانهٔ شرکت تاروس هستند و برای مدت نامحدودی قابل نگاهداری و حتی انتقال به اعضای خانواده. این اوراق سود شباهت زیادی دارند به سهام معمولی در سیستم سرمایه‌داری. اکنون اگر بنا شود همهٔ کارخانه‌های دولتی چنین برنامه‌ای را عملی کنند، در این صورت سوسیالیسم تا کی می‌تواند دوام بیاورد؟

به گفتهٔ پتر لورینتسی، دبیرکل اتاق بازرگانی مجارستان، احتمال می‌رود بزودی قانون مالیات بر درآمدهای شخصی برای کاستن از بار مالیاتی بخش تجاری وضع شود. «این اقدام احتمالاً مهمترین قدم اصلاحی از زمان بکارگیری مکانیسم اقتصادی جدید در ۱۹۶۸، و پی‌آمد طبیعی آن است.»[۱۲]

برنامهٔ کاستن محدودیتهای اقتصادی مجارستان که در سال ۱۹۶۸ آغاز شد از برنامه‌ریزیهای متمرکز کاست و بر قدرت تصمیم‌گیری مدیران واحدها افزود و باعث شکل‌گیری فعالیتهای ابتکاری افراد، فارغ از

برنامه‌ریزیهای متمرکز دولتی شد. خرده‌فروشیها و کارگاههای صنعتی کوچک اجازهٔ کار و فعالیت یافتند و به کارگران اجازه داده شد که پس از اتمام ساعات معمول کار در کارخانه، به صورت دسته‌های مختلف در قبال کار فوق‌العاده، اضافه‌کار مناسبی دریافت کنند.

قانون اساسی جدید مجارستان که بناست در سال ۱۹۹۰ به اجرا درآید مواردی از قبیل دولت چندحزبی و آزادی اتحادیه‌ها و آزادی مطبوعات و انتخابات آزاد و گسترش شرکتهای خصوصی را مجاز دانسته است.

شاید مهمترین دستاورد این قانون، اعطای اجازهٔ فعالیت به احزاب مخالف باشد، که تا سال ۱۹۹۰ گروهکها نامیده می‌شدند. این تغییر و تحول بی‌سابقهٔ اوضاع مجارستان سرفصل جدیدی است در سیاست اروپای شرقی. انتخابات چندحزبی پارلمانی بناست حداکثر تا اواخر ۱۹۹۰ برگذار شود. چهار حزب سیاسی که چهل سال پیش توسط کمونیستها منحل شدند دوباره جان گرفته‌اند و احزاب جدیدی نیز در حال شکل‌گیری است. به عنوان طلیعه‌ای برای انتخابات چندحزبی سال ۱۹۹۰، در گودولو، واقع در بیست میلی شمال شرقی بوداپست، اتحادی به رهبری جبههٔ دموکراتیک مجارستان نخستین کرسیهای مخالفان را در پارلمان بدست آورد و ۶۹/۲ درصد آرای مردم را ـدر برابر ۲۹/۹ درصد آرای کمونیستهاـ به خود جلب کرد. در انتخابات پارلمانی که باید قبل از ژوئن ۱۹۹۰ برگذار شود، حزب کمونیست، چندان امیدی به تصاحب اکثریت کرسیهای نمایندگی ندارد. ایستوان فُلدِسی، مشاور دبیرکل حزب مجارستان می‌گوید «بعد از چهل سال بالاخره باید با حقیقت روبرو شویم.»[۱۳]

مجارستان اکنون دارای مطبوعات آزاد است. قانون جدیدی که در بهار ۱۹۸۹ به تصویب رسید حق هر حزب یا هر فرد، از جمله بازرگانان خارجی را برای انتشار روزنامه یا تأسیس فرستندهٔ رادیویی و تلویزیونی به رسمیت شناخت. لسلی کولیت از تایمز مالی می‌گوید اکنون «رسانه‌های همگانی مجارستان در مورد گزارشهای داخلی و

خارجی از چنان «پوشش خبری عالی دور از تعصبی برخوردارند که در بسیاری از کشورهای غربی هم بسختی می‌توان نظیرش را نشان داد.»[۱۴]

در سال ۱۹۸۹ یک بازار بورس بین‌المللی ـتنها بازار بورس اروپای شرقی- در بوداپست افتتاح شد. از اول ژانویهٔ ۱۹۸۹ کمپانیهای مجاری اجازه دارند سهام خود را به هر تعداد و به هر کسی که طالب باشد بفروشند. از این شگفت‌تر قانون تازه‌ای است که به خارجیان اجازه می‌دهد صددرصد سهام بعض شرکتهای عمومی و خصوصی را خریداری کنند. توجه عظیم مجارها برای دریافت کمک از ممالک غربی شاهد صادقی است بر جدی بودن تصمیمشان در بازسازی اقتصاد. نمونه‌اش قراردادهایی است که در این رهگذر با مؤسساتی بسته‌اند نظیر مؤسسهٔ نیویورکی حق‌العمل‌کاری بیر و استرنز و شرکاء و شرکتهای حسابداری امریکایی از قبیل پیت مارویک و پرایس واترهاوس که در کاپیتالیست بودنشان شکی نیست.

ایوان لیپوویتس، سردبیر هفته‌نامهٔ معتبر ۱ چ‌وی‌جی می‌گوید «اصلاحات در اینجا (مجارستان) با چنان سرعتی پیش می‌رود که برایم باورکردنی نیست، گوئی سدی ناگهانی فروریخته باشد.» ۱۵

نیکلای نِمِت که اقتصاددان اصلاح‌طلبی است از تحصیلکردگان هاروارد، در نوامبر ۱۹۸۸ به نخست‌وزیری رسید و برنامهٔ خود را تشویق سرمایه‌گذاریهای خصوصی و دموکراتیزه کردن مجارستان اعلام کرد.

در اوت سال ۱۹۸۹، دولت مجارستان، با چرخش برگشت‌ناپذیری، رو بسوی یک اقتصاد بازار آزاد آورد و پیوستن‌به‌بازارهای‌اروپای غربی.

ایمره پوزگای، عضو سرشناس و اصلاح‌طلب پولیت‌بوروی حزب کمونیست مجارستان که احتمال می‌رود در انتخابات آزاد ۱۹۹۰ به ریاست جمهوری برگزیده شود، می‌گوید نظام سیاسی که بعد از جنگ دوم بر مجارستان تحمیل شد، اکنون ثابت شده که راهی بکلی غلط و عوضی بوده است. او یقین دارد که مجارستان تا اواسط دههٔ ۱۹۹۰ کشوری دموکراسی خواهد بود. علاوه بر آن در نظر پوزگای مجارستان

هم‌اکنون در راهی قدم گذاشته است که به «جامعهٔ مشترک اروپا» منتهی می‌شود.[۱۶]

هلموت کهل، صدراعظم آلمان غربی، معتقد است که مجارستان می‌تواند تا سال ۲۰۰۰ به عضویت «جامعهٔ اروپا» درآید.

چنین بنظر می‌رسد که با همهٔ دشواریهای راه، «سرمایه‌داری» در حال رسیدن به مجارستان است.

لهستان

لهستان با ۳۷ میلیون نفر جمعیت، بزرگترین کشور اروپای شرقی و مهمترین میدان آزمایش پرسترویکاست. در عین حال لهستان معجون عجیبی است از تمایلات مختلف و تناقضها و عجایب. در لهستان، برخلاف شوروی که تغییرات از بالا بر آن تحمیل شد، تحولات از پایین شروع شده است.

از نظر فرهنگی در لهستان دو جامعه وجود دارد: اولی، جامعهٔ کمونیستهای چشم بر حکم و گوش بر فرمان دولت است و دومی، جامعهٔ مرموز و تجددطلب و فعال زیرزمینی است. جهان کمونیست تاکنون با چنین پدیده‌ای روبرو نشده بود.

رنسانس لهستان

در آغاز دههٔ ۱۹۸۰ جنبش همبستگی، روح رنسانس لهستان بود. با ممنوع شدن فعالیتهای جنبش توسط حکومت نظامی در پایان سال ۱۹۸۱، رنسانس نابود نشد بلکه با درهم‌شکستن سلطهٔ اختناق‌آمیز حکومت چنان شکوفائی و فورانی در استعدادهای هنری پدید آمد که در ممالک اقمار شوروی بکلی بی‌سابقه بود. همین جامعهٔ فرهنگی دوم است که در حدود

چهارصد روزنامه و مجلهٔ زیرزمینی با تیراژهای میلیونی منتشر می‌کند و سالانه چندصد کتاب به چاپ می‌رساند و همانطور که انتظار هم می‌رود، روزنامه‌های سیاسی متعلق به گروههای مختلف است. در میان نشریات زیرزمینی، روزنامه‌های مربوط به موسیقی پانک و مجلات مخصوص بچه‌ها و مجله‌های اطلاعات عمومی پزشکی هم به چشم می‌خورد و نوارهای ممنوعهٔ ویدیوئی هم رایج است. با همین وسایل مخفی، حتی اقدام به نظرخواهی هم می‌کنند و همه‌ساله جوایزی به بهترین کتابها و آهنگهاوهنرپیشگان‌و کارگردانان‌و آثارهنری‌زیرزمینی‌اعطا می‌شود.

حدود ۲۰۰ نمایشگاه هنری غیررسمی در آپارتمانها و زیرزمین کلیساها وجود دارد. در دانشگاههای غیردولتی، تاریخ سانسور نشده هم تدریس می‌شود. نوار فیلمهای ممنوعه توسط تشکیلات مخفی به دارندگانِ درحدود پانصدهزار دستگاه ویدئو کرایه داده می‌شود. فیلم ممنوعهٔ مرد آهنی را ـدربارهٔ پیدایش جنبش همبستگی ـ که در سالهای اخیر در غرب نمایش داده شد، اکنون دیگر همهٔ لهستانیها دیده‌اند. تظاهرات خیابانی هنوز در لهستان ممنوع است، ولی تمام افرادی که به اتهام فعالیتهای مخفی دستگیر شده بودند، آزاد شده‌اند و فعالیتهای مخفی رونق دوباره‌ای گرفته است.

از آنجا که دولت انحصار اطلاعاتی خود را از دست داده است، ناچار است برای رقابت با جراید مخفی از فشار کنترل بر جراید رسمی بکاهد و روزبروز به آنان در چاپ انتقادها آزادی عمل بیشتری دهد، درنتیجهٔ همین اقدام تیراژ مطبوعات مخفی اُفت کرده است.

سر صبحانه با شبکهٔ سی‌ان‌ان

اکنون صدها آنتن بشقابی برای استفاده از فرستنده‌های ماهواره‌ای در محلات ورشو وجود دارد و عده‌ای از لهستانیها می‌توانند هنگام صرف صبحانه آخرین گزارشهای جهان را از طریق شبکهٔ سی‌ان‌ان امریکا

مشاهده کنند. گوینده اخبار سی‌ان‌ان، بابی باتیستا در لهستان شخصیت معروفی شده است.

علی‌رغم سختگیریهای سال ۱۹۸۷ که شهروندان لهستانی را ملزم می‌کرد برای نصب آنتنهای مخصوص از دولت اجازه بگیرند، لهستان اولین کشور بلوک شوروی بود که مردمش از برنامه‌های ماهواره‌ای غرب استفاده کردند و بدین وسیله دولت را در ادامهٔ کنترلهایش به زانو درآوردند.

با وضع محدودیتهای جدید در مورد آنتنهای مخصوص، هفته‌نامهٔ پولیتیکا به نقل از وزارت ارتباطات نوشت «هیچ فکر کرده‌اید اگر قرار باشد هر نفر روی بام خانه‌اش یکی از این آنتنها نصب کند، پشت‌بامها چه منظره‌ای بهم خواهد زد؟ باید برای حفظ منظرهٔ شهر مقررات خاصی وضع شود.» عجب نکتهٔ ظریف و مسئلهٔ حساسی!

درحالیکه کارخانهٔ دولتی سازندهٔ آنتنهای تلویزیونی نمی‌تواند پاسخگوی تقاضاها باشد و هنوز تا مرحلهٔ تولید آنتنهای ماهواره‌ای فاصلهٔ دور و درازی در پیش دارد، شرکتهای خصوصی مشغول ساخت آنتنهای بشقابی مناسب برای دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای شده‌اند هم برای مصرف داخلی و هم صادرات خارجی. زدیسلاو زنینیویتس، بنیانگذار شرکت خصوصی سونسات، که با یک گروه سوئدی شریک است می‌گوید «آنتنهای بشقابی محصول ما بالاترین کیفیت را در اروپا دارند و به همین دلیل بازار فروش ما رو به گسترش مداوم است.»[۱۷] سونسات، اکنون یکی از بزرگترین شرکتهای خصوصی در لهستان و بزرگترین تولیدکنندهٔ آنتنهای بشقابی در اروپای شرقی است.

سال زلزلهٔ سیاسی

روز پنجم آوریل سال ۱۹۸۹، پس از ۹ هفته مذاکره بین دولت و نمایندگان جنبش همبستگی، توافقنامه‌ای امضا شد بدین مضمون که

دولت، جنبش ممنوعه را به رسمیت بشناسد و پارلمان را بازگشاید و اولین‌انتخابات آزادو علنی‌لهستان را بعد از جنگ‌دوم‌جهانی‌برگذار کند.

نهاد تازه‌ای به دستگاه قانونگذاری افزوده شد، مجلس سنایی با صد کرسی. در ژوئن ۱۹۸۹ در انتخاباتی کاملاً آزاد، رأی‌دهندگان برای انتخاب این صد نماینده به پای صندوقهای رأی رفتند. سنای جدید حق دارد مصوبات شِیم یا مجلس عوام در حال تأسیس را وتو کند. در انتخابات ژوئن ۱۹۸۹، ۶۵٪ کرسیها به نامزدهای حزب کمونیست و متحدانشان تخصیص یافته بود و ۳۵٪ را برای نامزدهای مستقل یا گروههای مخالف آزاد گذاشته بودند، اما در انتخابات بعدی که در سال ۱۹۹۵ انجام می‌گیرد، تمام کرسیها به یکسان در اختیار رأی‌دهندگان قرار خواهد گرفت. این تقسیم‌بندی بدین منظور صورت گرفته است که در این چهار سال، هم جنبش همبستگی به عنوان اقلیتی با مخالفتهای سازنده در هر دو مجلس (عوام و سنا) حضور داشته باشد، و هم در این مدت ژنرال یاروزلسکی به عنوان رئیس‌جمهوری مقتدری در رأس دولتی کمونیست موفق شود با اقدامات ضروری و تصمیمات حادی از سقوط اقتصادی لهستان جلوگیری کند. ولی ناگهان زمینهٔ پیش‌بینی نشدهٔ انتخاباتی جنبش همبستگی همه را به حیرت افکند و نامزدهای همبستگی تقریباً تمام کرسیهایی را که سهم غیرکمونیستها بود از آن خود کردند: ۹۹ کرسی از صد کرسی سنا و تمام ۱۶۱ کرسی (از ۴۶۰ کرسی) مجلس شیم را. یکی از مقامات دولتی با تلخکامی اعتراف کرد که «اگر والسا با یک رأس گاو هم که نشان همبستگی را به خود بسته بود عکس می‌گرفت، مسلماً گاو در انتخابات برنده می‌شد!»[۱۸]

از اواخر دههٔ ۱۹۴۰ تا روز ۴ ژوئیهٔ ۱۹۸۹ که ۱۶۱ عضو همبستگی به عنوان نمایندگان شِیم سوگند خوردند، این اولین باری بود که نمایندگان حزب مخالف در یک پارلمان اروپای شرقی حضور می‌یافتند. اندکی بعد، در نوزدهم همان ماه ژوئیه، در اجلاس مشترک نمایندگان هر دو مجلس، ژنرال یاروزلسکی با اکثریت تنها یک رأی به ریاست جمهوری

برگزیده شد. اکثر اعضای همبستگی رأی مخالف یا ممتنع داده بودند. (مخالفت و دادن رأی مخالف به حدی برای مجلسیان تازگی داشت که قسمت اعظم وقت جلسه صرف مباحثه دربارهٔ طریقهٔ رأی‌گیری شد، و بالاخره تصمیم گرفته شد که آراء روی کارتهای امضادار، داده شود).

به دنبال زلزلهٔ انتخابات ژوئن، واقعهٔ مهم سپتامبر -یعنی تشکیل اولین دولت غیرکمونیست اروپای شرقی پس از جنگ دوم جهانی- رخ داد. تادئوش مازوویتسکی عضو همبستگی، نخست‌وزیر شد و یازده نفر دیگر از اعضای همبستگی به هیئت دولت پیوستند. در این کابینه چهار وزیر (از جمله وزرای دفاع و پلیس) از حزب کمونیست عضویت یافتند. وزیر خارجهٔ کابینه از افراد مستقل متمایل به همبستگی بود و هفت پست دیگر هم نصیب اعضای حزب اتحاد دهقانان و حزب دموکراتیک شد. در دوازدهم سپتامبر ۱۹۸۹ دولت جدید با ۴۰۲ رأی موافق و بدون هیچ مخالفی از مجلس عوام رأی اعتماد گرفت؛ ۱۳ نفر هم غایب بودند.

لخ والسای گدانسکی گفت «لهستان برای اولین بار در طول نیم قرن اخیر دولتی دارد که میلیونها تن از مردم آن را متعلق به خودشان می‌دانند.»[۱۹]

در طول جلسات چهارروزهٔ پارلمان برای تصویب برنامهٔ دولت جدید، افرادی که برای تصدی وزارتخانه‌های اقتصادی پیشنهاد شده بودند، برنامه‌ای را اعلام کردند که مشتمل بر «بلندپروازانه‌ترین اصلاحات و تحولاتی بود که تاکنون توسط کشوری از بلوک شرق برای تحقق بازار آزاد پیشنهاد شده بود.»

لشک بالتسروویتس که بنا بود معاون نخست‌وزیر در امور اقتصادی باشد، خطاب به مجلسیان گفت: «اکنون ما موقعیتی استثنائی بدست آورده‌ایم که می‌توانیم علاوه بر تغییرات اساسی، تغییراتی اقتصادی را هم در جهت دستیابی به اقتصاد بازار آزاد به شیوهٔ غربی ایجاد کنیم؛ موقعیتی که دیگر هرگز تکرار نخواهد شد.»[۲۰] وزیر جدید صنایع، تادئوش سیریتسیک طرفدار بازار آزاد و از پیروان میلتون فریدمن

اقتصاددان امریکایی است. طبق برنامهٔ دولت جدید، تمام کارخانه‌ها و تأسیسات اقتصادی دولتی (که رویهم رفته نود درصد سازمانهای اقتصادی را تشکیل می‌دهند) بالاخره از طریق مزایده، در دست مالکان خصوصی قرار خواهند گرفت.

در سال ۱۹۹۳، رئیس‌جمهور با آراء عمومی مردم انتخاب خواهد شد. لخ والسا گفته است که ممکن است خود را نامزد انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۹۹۳ کند. گرچه تا آن زمان هنوز مدت زیادی باقیست، ولی او در آن سال تازه ۵۲ ساله خواهد شد.

در این فاصله، حزب کمونیست و اتحادیهٔ همبستگی باید دست به دست هم در رسیدگی به وضع نابسامان اقتصادی کشور بکوشند. چه قبل و چه پس از توافقهای آوریل سال ۱۹۸۹، هم‌جناح همبستگی و هم‌جناح اصلاح‌طلب کمونیست، آمادگی خود را برای حمایت از برنامه‌های اساسی بازسازی اقتصاد ـ که شامل تأکید عمده بر مکانیسمهای بازار آزاد و سرمایه‌گذاریهای خصوصی است ـ اعلام کردند. از آنجا که این بازسازی منجر به تعطیل برخی کارخانه‌ها، و درنتیجه افزایش بیکاری و بالا رفتن قیمت اجناسی خواهد شد که تاکنون از سوبسید دولتی برخوردار بوده‌اند، اوضاع لهستان قبل از بهبود کامل، وخیم‌تر خواهد شد.

علاوه بر قبول مسئولیت در برنامه‌های آیندهٔ اقتصادی کاملاً نامألوف، برخی از اعضای همبستگی به فکر به‌دست گرفتن کامل دولت افتاده بودند. ولی برونیسلاو گِرمِک، لیدر جناح همبستگی در مجلس گفت که نظر اکثریت در اتحادیهٔ همبستگی بر این است که اعضای همبستگی حداقل تا یک سال دیگر نباید قدرت را در دست بگیرند، یعنی تا وقتی که دستگاه قضایی و سیستم ارتباط جمعی تصفیه شده باشند و مقدمات انتخابات کاملاً دموکراتیکی فراهم آمده باشد. او گفت «منظور این نیست که همبستگی هنوز آمادگی تشکیل دولت را ندارد، بلکه مراد آن است که زمینهٔ سیاسی لازم برای همچو کاری، هنوز آنطور که باید و

شاید آماده نیست.»[۲۱]

توافقهای آوریل، همچنین مشتمل است بر اعطای آزادی بیشتر به مطبوعات، اجازهٔ تأسیس مدارس خصوصی (و این بیشتر بدان معنی است که کلیساهای کاتولیک مجاز خواهند بود مدارس مخصوص خودشان را تأسیس کنند)، توسعهٔ مراکز و امکانات پزشکی (اعم از خصوصی و دولتی)، تعهد و توجه بیشتر دولت به حفظ محیط زیست (آلودگی هوای ناشی از صنایع سنگین در لهستان بدتر از دیگر کشورهای اروپاست).

اولین روزنامهٔ انتقادی مستقل لهستان ـگازتا ویبورزاـ از روز هشتم ماه مهٔ ۱۹۸۹ منتشر شد. اکثر کارکنان این روزنامه همان گردانندگان مطبوعات زیرزمینی لهستان‌اند و سردبیرش ـآدام میچنیک‌ـ یکی از ناراضیان سیاسی و عضو برجستهٔ همبستگی و از نمایندگان فعلی «شیم» است.

همهٔ این حرفها و تغییر و تحولات بدان معنی است که کمونیستهای لهستان، دست از انحطارطلبیهای خود کشیده و تسلیم شده‌اند. این اتفاقات اگر در دوره و زمانهٔ دیگری روی می‌داد به منزلهٔ یک زلزلهٔ سیاسی تلقی می‌شد، ولی امروزه امری کاملاً عادی است و در جهت تحولات جهانی.

لخ والسا دربارهٔ توافقهای دولت و همبستگی می‌گوید: «این نخستین گامی است که لهستان به سوی آزادی و دموکراسی برمی‌دارد، ما با شهامت و امید چشم به آینده دوخته‌ایم.»[۲۲]

با ظهور گورباچف متعصبان اروپای شرقی دیگر نمی‌توانند مسکو را برای سرکوب نهضت آزادی به کشورهایشان دعوت کنند.

اسم گورباچف بر سر زبانهاست. یکی از طرفدارانش گفت «او اگر بتواند بر سر کار بماند، حتی دو سال دیگر، و موفق شود، ولو در قسمتی از اصلاحاتش، دیگر متعصبان خفقان خواهند گرفت. ولی اگر او شکست بخورد ما هم نابود خواهیم شد.»[۲۳]

نویسندهٔ معروف لهستانی، استانیسلاو لِم، که دربارهٔ گلاسنوست در اتحاد شوروی صحبت می‌کرد، گفت: «من فکر می‌کنم اگر گورباچف برنامه‌ای را که در نظر دارد عملی کند، دیگر امکان بازگشت نیست و باقی کشورهای سوسیالیستی هم ناچارند دنباله‌رو او باشند.»[۲۴]

یک تئوریسین برجستهٔ اصلاح‌طلب در مدرسهٔ عالی برنامه‌ریزی دولتی لهستان تا بدانجا پیش رفت که بگوید: «دیگر رؤیای سیستم اقتصادی برتر و بهتر از نظام سرمایه‌داری مرده است و راه سومی هم وجود ندارد؛ نظام مؤثر قابل اجراء که بینابین استالینیسم و کاپیتالیسم باشد وجود ندارد. تنها عواملی که از سرعت بازگشت به نظام سرمایه‌داری می‌کاهند، موانع عملی و سیاسی هستند.»[۲۵]

اروپای شرقی در سه مسیر پیش می‌رود: نظام سیاسی چندحزبی، اقتصاد بازار آزاد؛ و در درازمدت: پیوستن به اروپای غربی.

دیگر کشورهای سوسیالیست

در سراسر جهان، تقریباً تمام کشورهای سوسیالیست با نظام برنامه‌ریزی مرکزی، درصدد اصلاحات برآمده‌اند و همهٔ این کشورها (بجز آلبانی و کرهٔ شمالی) در حال تجربهٔ مکانیسمهای بازار هستند.

حتی ویتنام هم که یکی از متعصب‌ترین کشورهای مارکسیستی جهان است، دارد تغییر رویه می‌دهد، و پس از سالها اقتصاد فاجعه‌بار، برای شتاب بخشیدن به رشد اقتصادی در آزمایش مکانیسمهای اقتصاد بازار، دنباله‌رو چین و شوروی شده است.

در دسامبر سال ۱۹۸۶، هگوین ون لین هفتاد و دو سالهٔ طرفدار اصلاحات اقتصادی به ریاست حزب حاکم کمونیست برگزیده شد و این تغییری اساسی بود در رهبری حزب کمونیست ویتنام در طول تاریخ ۵۶ ساله‌اش.

وَن لین که در زمان تصدی دبیرکلی و حزب در هوشی‌مین

(سایگون)، در تمرکززدایی اقتصادی و ارائهٔ طرحهای مبتکرانه در امر کشاورزی و صنعت موفق بود، اکنون ضوابط محدودی از نظام کاپیتالیستی را در اقتصاد ویتنام بکار گرفته است.

امیدواری به تغییرات اقتصادی با لغو محدودیتهای سیاسی همراه است، در نوزدهم آوریل سال ۱۹۸۷ ویتنامیها برای انتخاب مجلس ملی جدیدی که مؤید اصلاحات اخیر برای بهبود اقتصاد بیمار کشور باشد به پای صندوقهای رأی رفتند.

در این انتخابات رأی‌دهندگان از حق انتخاب بیشتری برخوردار بودند، زیرا ۸۲۹ نامزد برای ۴۹۶ کرسی معرفی شده بودند و حوزه‌های رأی‌گیری هم تقریباً دوبرابر شده بود تا مردم بتوانند بنحو بهتری با نامزدها و برنامه‌هایشان آشنا شوند.

گرچه تمام کاندیداها ناچار بودند از صافی جبههٔ وطنی ویتنام که نیمه‌دولتی است بگذرند، ولی برای اولین بار کاندیداهائی توسط مقامات محلی حزب معرفی شدند و حداقل سه تن از نامزدها در انتخاباتی که به تاریخ ۱۹ آوریل در ویتنام جنوبی برگذار شد کسانی بودند که در طول جنگ ویتنام درجهٔ دکترایشان را از دانشگاههای امریکایی گرفته بودند.

هفتهٔ قبل از برگذاری انتخابات، مطبوعات رسمی ویتنام اعلام کردند که کمیتهٔ مرکزی حزب در اوایل آوریل به مدت ۹ روز جلساتی داشته و سیاستهای جدیدی را در مورد ایجاد انگیزه‌های رقابتی و تشویق کارگران و کشاورزان و تفویض نقش مهمتری به بخش خصوصی ـبه شیوهٔ کشورهای سرمایه‌داری ـ تصویب کرده است.

شاید هم ون لین، دنگ شیائوپینگ ویتنامیهاست که با اجرای اصلاحات متهورانه‌ای در سیستم بازار، می‌کوشد که ملت را از چنگال فقر برهاند.

آیا این هنوز هم سوسیالیسم است؟!

بین‌الملل سوسیالیست، در ۲۲ ژوئن سال ۱۹۸۹ در صدمین جلسهٔ سالانه‌اش در استکهلم، از اقتصاد تابع بازار استقبال نمود و ملی کردن صنعت را نفی کرد. نمایندگان ۸۰ حزب دست چپی و سوسیال دموکرات از سراسر جهان به نفع این تجدید نظر عمده در اصول اساسی رأی دادند. رئیس این بین‌الملل، صدراعظم سابق آلمان ویلی برانت، گفت که تجارب گذشته، احزاب سوسیالیست را در همه جای دنیا قانع کرده است که در «اعتماد همه‌جانبه به نقش دولت در روند اقتصادی» به خطا رفته‌اند.[۲۶]

اساس اقتصاد سوسیالیسم، مالکیت دولت بر ابزار تولیدی و اعمال کنترل دولت بر توزیع کالاست. چیزی که تمام کشورهای سوسیالیستی در سراسر جهان رفته‌رفته از زیر بارش شانه خالی می‌کنند و با خصوصی کردن و یا اجاره دادن این واحدها، به نحو مؤثری مالکیت ابزار تولید را از دست دولت می‌گیرند و به بخش خصوصی منتقل می‌کنند. نتیجهٔ این تغییرات هرچه باشد، دیگر سوسیالیسم نیست؛ لااقل از نظر تکنیکی سوسیالیسم نیست. بیش از صد سال، رقابت عمدهٔ ایدئولوژیکی عصر صنعت بین مارکسیسم و کاپیتالیسم بوده است و مردم از خود می‌پرسیده‌اند: آیا از شیوهٔ کاپیتالیستی پیروی کنیم یا مارکسیستی؟ ولی، اکنون عصر صنعتی به آخر رسیده و گروه‌بندی جدید و کاملاً بی‌سابقه‌ای در شرف تشکیل است؛ و بیش از پیش ترکیب «سوسیالیسم بازار آزاد» ـ که البته دیگر اصلاً سوسیالیسم نیست ـ به گوشمان می‌خورد. ولی علی‌رغم همهٔ این واقعیتها، افسانه ـ و از نظر بعضیها ـ رؤیای سوسیالیسم کلاسیک، تا مدتها پس از دیگرگون شدن خود سوسیالیسم، همچنان زنده خواهد ماند.

۴

شیوهٔ جهانی زندگی و ناسیونالیسم فرهنگی

امروزه از برکت شکوفایی اقتصاد جهانی، اموری از قبیل ارتباطات بین‌المللی و مسافرتها و مبادلات مالی بین اروپا و امریکای شمالی و حوزهٔ اقیانوس آرام به صورت بی‌سابقه‌ای توسعه یافته است. تقریباً در هر گوشه و کناری از شهرهای جهانِ در حال توسعه، آثار فرهنگ جهانی جوانان را به وضوح می‌توان مشاهده کرد: سلیقه‌های عمومی در مورد انواع خوراکیها و آهنگها و مدها با چنان شور و اشتیاقی بسرعت در سراسر جهان مبادله می‌شود که هم‌اکنون شیوهٔ نوین و بین‌المللی زندگی در نقاطی از قبیل اوزاکا و مادرید و سیاتل به یک نحو است.

همین اقتصاد جهانی است که چنین شرایطی را ممکن می‌سازد. و باعث می‌شود تا مصرف‌کنندگان کاپوچینو [قهوهٔ کف‌دار به سبک ایتالیایی] بنوشند، آپارتمانشان را با مبلمان لیکه‌آ زینت دهند، سوشی [ماهی خام، با نان برنج و سبزیجات و سس سرکه] بخورند، لباسهای متحدالشکل بِنِتون بپوشند، و درحالی که در اتومبیل کُره‌ای «هایوندا»یشان به سوی فلان رستوران «مک‌دونالدز» رهسپارند موسیقیِ «راک» انگلیسی و امریکایی بشنوند.

پالوما پیکاسوی طراح می‌گوید «عرصهٔ جهان در حال تبدیل تدریجی به شهر بزرگ واحدی است و ابنای بشر بر یکدیگر اثر می‌گذارند.»[۱]

عصر حاضر، روزبازار شرکتهایی است که با عرضهٔ این‌قبیل کالاهای جدید بین‌المللی جهان‌را تبدیل به‌بازار واحد یکنواختی کرده‌اند.

لیف یوهانسون، معاون بخش لوازم خانگی کمپانی «الکترولوکس» می‌گوید: «مصرف‌کنندگان مقیم نیویورک و استکهلم و میلان سلیقه‌هایشان بیش از سکنهٔ محله‌های مانهاتان و برونکس در خود نیویورک، به هم شبیه و نزدیک است.»[۲] قلمرو جهانی الکترولوکس مثلث وسیعی است که ایالات متحد و ژاپن و اروپا، در سه رأس آن قرار گرفته است و هر محصول جدید این کمپانی به هر یک از این سه بازار سرازیر می‌شود.

بر اساس آماری که در نتیجهٔ نظرخواهی از سه‌هزار مصرف‌کننده در ۹ کشور جهان بدست آمده است، نامهائی از قبیل «کوک» (کوکاکولا)، آی‌بی‌ام، سونی، پورشه، مک‌دونالدز، هوندا و نستله، که از جمله چهل مارک معروف تجارتی در سرتاسر جهانند، به تمام معنی کلمه، مارکهائی جهانی هستند. و به قول جان دیفن باخ سرپرست اتحادیَهٔ «لندُر» که این بررسی را انجام داده است «هفده تا از این چهل مارک معروف تجارتی مربوط به کمپانیهای امریکایی است و چهارده تا متعلق به کمپانیهای اروپائی و نه تا از آن شرکتهای ژاپنی.»[۳]

تنوع اجناس و مجال وسیع انتخاب برای خریداران، هم تفننی جالب است و هم رغبت‌انگیز.

ولی در عین حالی که شیوه‌های زندگی در سراسر دنیا بیش از همیشه به هم شباهت پیدا می‌کند، نشانه‌های انکارناپذیر عکس‌العملی قوی نیز به چشم می‌خورد: طغیان علیه متحدالشکل بودن، تمایل ملتها به حفظ فرهنگ و زبان ملی و مقاومتشان در برابر نفوذ بیگانه.

کانادابیها چنان از نفوذ فرهنگ امریکایی نگران بودند که نزدیک بود در سال ۱۹۸۸ علیه توافقنامهٔ آزادی تجارت بین کانادا و امریکا رأی بدهند،

حال آنکه این توافقنامه کاملاً به نفع اقتصاد کانادا بود.

نشانه‌های ناسیونالیسم فرهنگی در همهٔ اکناف دنیا در حال ظهور و بروز است:

* سنگاپور، پس از بیست سال تلاش مردمش برای آموختن زبان انگلیسی به منظور استفاده از اقتصاد جهانی، هم‌اکنون با شعار «به زبان ماندارین حرف بزنید» ـنهضت احیای «ارزشهای کهن»ـ را به راه انداخته است.
* اهالی ویلز، با توسل به شیوه‌هائی غالباً دور از خشونت، تقلا می‌کنند تا زبان و ادبیاتشان را زنده نگاه دارند.
* در شمال شرقی اسپانیا، زبان کاتالان که در زمان دیکتاتوری فرانسیسکو فرانکو قدغن شده بود، دوباره به عنوان زبان رسمی برگزیده شده است.
* کبکیها، افرادی را که انگلیسی صحبت کنند جریمه می‌کنند، نصب علائم و تابلوهای انگلیسی را در خیابانها قدغن کرده‌اند و همچنان به تهدیداتشان مبنی بر جدایی از کانادا ادامه می‌دهند.
* جمهوریهای شوروی از قبیل ارمنستان و آذربایجان و اوکراین و گرجستان که مدتهای مدید بخشی از اتحاد جماهیر شوروی بودند، و همچنین لتونی و لیتوانی و استونی، بر هویت ملی خود پافشاری دارند و تمایل خود را به استقلال از کرملین ابراز می‌کنند.[۴]

و در چین، عدم محدودیت ده‌ساله برای هر چیز غربی منجر به تظاهرات آزادیخواهانه‌ای شد که دانشجویان به راه انداختند، و قوای دولتی با خشونت به سرکوبی آن پرداختند و بشدت نسبت به تأثیر فرهنگ خارجی که به عقیدهٔ خودشان عامل اصلی ناآرامیهای دانشجویی بوده است، عکس‌العمل نشان دادند.

یکی از آشکارترین نمونه‌های واکنش فرهنگی، لااقل در مورد نفوذ امریکا، احیای نهضت جهانی اسلام است که در ایران به راه افتاد و پرچمدار آن آیت‌الله فقید خمینی بود. ماجرای غوغابرانگیز سلمان رشدی تنها در حکم قلهٔ مرئی این کوه یخ است.

بنیادگرایان اسلامی در مصر و اندونزی و ترکیه نیز گرچه حسابشان با ایران و لبنان جداست اما به‌هرحال می‌کوشند تا هویت مذهبی و فرهنگی خود را بازیابند. این نهضتها واکنشی است در قبال آنچه هجوم و نفوذ غرب نامیده شده است.

در این میان ترکیه وضع خاصی دارد. گرچه تنها درصد کمی از ۵۲ میلیون جمعیتِ عموماً مسلمان کشور از مسلمانان بنیادگرا هستند، ولی در دههٔ حاضر، ترکیه همچنان عرصهٔ کشاکشی خواهد بود بین طرفداران شیوهٔ جهانی زندگی و هواداران فرهنگ ملی.

تناقضات وافر اجتماعی ترکیه معلول موقعیت جغرافیایی این کشور است که به عنوان پلی بین اروپا و مشرق‌زمین قرار دارد: ادوارد کودی، خبرنگار سرویس خارجی واشینگتن پست می‌نویسد: «مؤذنها بر فراز منارهٔ مساجد رو به شرق، یعنی مکه دارند و تجار در دفاتر آپارتمانهایشان، رو به غرب، یعنی بروکسل.»[5]

نخست‌وزیر ترکیه، تورگوت اوزال در عین حال که یک تکنوکرات طرفدار تجارت است، مسلمان معتقدی نیز هست، و درحالیکه ترکیه برای پیوستن به بازار مشترک تلاش دارد، دانشجویان دخترش بی‌اعتنا به ممنوعیتهای دولتی که سابقه‌شان به دههٔ ۱۹۲۰ یعنی شروع اصلاحات آتاتورک می‌رسد، داوطلبانه روسری اسلامی می‌پوشند. در عرض ۱۵ سال اخیر تعداد دانش‌آموزان مدارس اسلامی شش‌برابر شده است. بالاخره کدام طرف برنده خواهد شد؟ تجدید حیات اسلامی یا تجدد اروپایی؟ یا ترکیب سازنده‌ای از این دو؟

در این فصل می‌کوشیم تا به این مسائل بپردازیم و آن هم از طریق بررسی گرایش در حال تکامل به سوی یک شیوهٔ زندگی یکسان

بین‌المللی و نیز بررسی ضدگرایش عمیق‌تر ناسیونالیسم فرهنگی و زبانی. این دو گرایش متناقض نیستند بلکه عمیقاً با یکدیگر مرتبطند.

هرچه شیوه‌های زندگیمان به یکدیگر شبیه‌تر شود، مشخصات قومی از قبیل مذهب و زبان و ادبیات ملی در نظرمان عزیزتر خواهد شد. هرچه دنیای برونمان به یکدیگر شبیه‌تر شود، به سنتهایی که از درونمان سرچشمه می‌گیرد، بیشتر بها خواهیم داد.

ظهور یک شیوهٔ جهانی زندگی

تجارت و مسافرت و تلویزیون، زمینهٔ یک شیوهٔ جهانی زندگی را فراهم می‌کنند. فیلمها و اصولاً تلویزیون، تصاویر یکسانی را در سراسر دنیا پخش می‌کند.

کنیچی تسوجینو از دفتر مسافرتی ژاپن در توکیو می‌گوید: «کسانی که برنامه‌های تلویزیونی امریکا را دیده‌اند حالا می‌خواهند دانشگاه یوسی ال‌ا و سانتامونیکا را هم ببینند.»[۶]

و البته که پولش را هم دارند. در سال ۱۹۸۸ حدود سه میلیون ژاپنی از ایالات متحد دیدن کردند، که خودش رقم بی‌سابقه‌ای بود. بسیاری از این ژاپنیها به سفر ماه‌عسل رفته بودند.[۷]

مسافرتهای هوایی راه این رفت و آمدها را هموار کرده است. شما از نیویورک با همان سهولتی می‌توانید به فرانسه بروید که از نیویورک به کالیفرنیا، و اگر با کنکورد به لندن سفر کنید، همانقدر وقت می‌گیرد که از نیویورک بخواهید به هوستون بروید. آگهیهای تمام صفحهٔ نیویورک تایمز امریکاییها را به هوس می‌اندازد که از «هارودر» لندن خرید کنند. تکنولوژی، حوزهٔ اقیانوس آرام را هم بی‌نصیب نمی‌گذارد. نسل بعدی تکنولوژی هواپیماسازی، هواپیمایی تولید خواهد کرد که دوساعته از نیویورک به توکیو پرواز کند.

دیگر آن زمانی که تنها ثروتمندان با هواپیما سفر می‌کردند گذشته

است و اکنون طبقهٔ متوسط هم، از زوجهائی که به ماه عسل می‌روند، یا مادربزرگها و اعضای خانواده و دانشجویان و کاسبکاران از همهٔ ملیتها می‌توانند با هواپیما سفر کنند.

در دههٔ ۱۹۹۰ موج مسافرتها واقعاً شدت خواهد گرفت. در سال ۱۹۸۹، تعداد ۲۳٬۰۰۰ پرواز خارجی برنامه‌ریزی شده، روزانه ۴۵۰ میلیون مسافر را جابجا کردند ولی در سال ۲٬۰۰۰ این رقم به ۷۵۰ میلیون خواهد رسید. امروزه، هر سال یک میلیارد مسافر با خطوط هوایی مختلف جهان سفر می‌کنند و این رقم تا سال ۲٬۰۰۰ به ۲ میلیارد خواهد رسید.[۸]

بر فراز این کرهٔ خاکی، روزانه ۳ میلیون نفر از نقطه‌ای به نقطهٔ دیگر پرواز می‌کنند.

تجارت جهانی امروزه چیزی بیش از تجارت بین ۱۶۰ کشور است، امروز تجارت جهانی عبارتست از اقتصاد واحد و پررونق و بهم‌پیوستهٔ جهانی. سابق بر این کالاهای تجارتی عبارت بود از مواد خام و مواد غذایی و فولاد، ولی امروزه هر چیزی تبدیل به کالای تجارتی شده است و رونق بی‌سابقه‌ای یافته است: خرید و فروش اسناد بهادار (اعم از سهام و اوراق قرضه و ارزهای خارجی) و هرچه می‌پوشیم و می‌خوریم و می‌بینیم و می‌شنویم و بطور کلی هر چیزی که در زندگیمان بکار است. در جهان امروزین به برکت دستگاههای تله‌فاکس، داد و ستد با «تایپه» به همان سهولتی است که با شیکاگو.

امروزه مدهای مختلف به سرعت برق در سراسر جهان منتشر می‌شود و باید هم چنین شود زیرا مد چیزیست که به سرعت تغییر می‌کند و به همین دلیل، سرعت انتقالش اهمیت خاصی دارد. اگر اخبار مربوط به ابداعات تازه دیر به دستتان برسد از قافلهٔ تمدن واپس خواهید ماند، اما نگران نباشید مدلهای تازه به دورترین نقاط جهان هم از قبیل شانگهای و پراگ و بوئنوس‌آیرس در اسرع وقت می‌رسد تا جوانان این مناطق (علی‌رغم طعنهٔ بزرگترهایشان) بتوانند به همان شیوه‌ای زندگی کنند که همسالانشان در دیگر نقاط جهان اختیار کرده‌اند.

غذا و مد و سرگرمی

پیروی از آخرین مد لباس و آخرین شیوهٔ آشپزی و آخرین سبک تفریحات و سرگرمیها، مسئله‌آفرین نیست، چرا که این تفننها مایهٔ نشاط و سرگرمی است و در همچو مواردی هم مردم هرگونه نفوذ خارجی را پذیرایند. ما در کار غذا و لباسمان مشغول داد و ستدی مداوم و جهانی هستیم و به قول معروف می‌توانیم پا در هر کفشی بکنیم و در هر سوراخی سرک بکشیم.

* امریکا سالانه بیش از ۳ میلیارد دلار البسه و جواهرآلات و کفش ایتالیایی وارد می‌کند.[۹]
* در شهرهای بزرگ آلمان غربی، پیوستنِ به جرگهٔ جماعت معروف به یوپی‌ها* مد روز شده است. حال آنکه بسیاری از همان جوانان تحصیلکردهٔ ترقی‌خواه، معنی این اصطلاح انگلیسی را نمی‌دانند.
* در عین حال جماعت یومی‌ها* که در اتحاد شوروی و اروپای شرقی سر برآورده‌اند، در لباس پوشیدن و هواداری موسیقی پا جای پای یوپی‌ها گذاشته‌اند.
* در ژاپن کریسمس را جشن می‌گیرند، اگرچه کمتر از یک درصد ژاپنیها مسیحی‌اند.
* روزانه ۲۰۰ رقم پنیر از فرانسه وارد ایالات متحد می‌شود.[۹]

در امریکا و اروپا و ژاپن، غذا و مد و موسیقی که از ضروریات زندگی روزمره است به طرز عجیبی در حال یکسان‌شدن است (آن هم

* Yuppie: جوان درس‌خواندهٔ جاه‌طلب ترقی‌خواه.—م.

** Yummie: مارکسیست درس‌خواندهٔ ترقی‌خواه.—م.

چه یکسان‌شدنی) بخصوص در شهرهای بزرگ.
در میدان تایمز اسکویر و گینزا و خیابان شانزه‌لیزه، بارهای سوشی، نان‌فروشیهای کرواسان و رستورانهای مک‌دونالدز با هم بر سر تهیهٔ گران‌ترین مغازه رقابت می‌کنند.

فرهنگ آشپزی

غرب لوس آنجلس، قلمرو رستوران گوروم، یک رستوران ژاپنی است که با غذای مخصوصش به نام مرغ گوروم، که عبارت است از قطعات تکه‌تکه‌شدهٔ مرغ با لوبیاسبز، پرورده در سس ایتالیایی مارینارا، به‌اضافهٔ اسپاگتی و سالاد کلم ژاپنی و نان تست تگزاسی و سس تاباسکوی لویزیانا شهرتی به هم زده است. این خود نمونه‌ای است از تحول عمده‌ای که در ذائقهٔ جهانیان و شیوهٔ آشپزیشان روی داده است.[10]

ما با علاقهٔ بسیار غذاهای یکدیگر را می‌چشیم. امریکاییها غذاهایی ممتاز دریایی به ژاپن صادر می‌کنند. بازار «تکس-مکس» در پاریس داغ است و ایالات متحد با همان علاقه‌ای به واردات سوشی‌بارز (بارهای سوشی) مشغول است که به واردات اتومبیل تویوتا.

ترنس کانوِی، صاحب شرکت جان ت هندی، شرکتی در خلیج چساپیک که در سال ۱۹۸۶ مقدار ۲۷۰٬۰۰۰ پوند خرچنگ صادر کرده است و قسمت عمده‌اش را به ژاپن، گفت «سه سال پیش جهان حتی طعم (خرچنگهای) نرم‌پوست را هم نچشیده بود، حال آنکه اکنون این نوع خرچنگ را به ۲۲ کشور جهان صادر می‌کنیم.»[11] (این کمپانی در سال ۱۹۸۸ توسط یک شرکت ژاپنی خریداری شد).

«تکس-مکس» محل فروش غذاهای به سبک یهودی تهیه شده در اسرائیل است، همان جائی که رستوران چیلیِ باری ریتمنَ هوستونی با علامت آبجوی لون‌استار و باغ کاکتوس قرار دارد.

ریتمن می‌گوید: «اینجا جایی وجود نداشت که آدم بتواند غذاهائی از قبیل تاکو، چیلی یا چیپس را که در تگزاس می‌خوردیم بخرد.»[۱۲] سرانجام ریتمن در عین حال که به ذائقهٔ مهاجران امریکای جنوب غربی خدمت کرد، اسرائیلیها را هم با تاکو و تورتی‌یا آشنا نمود.

در سال ۱۹۸۵، رستوران «پاپا مایای» که یکی از چند رستوران تکس-مکس در پاریس است، جایزهٔ بهترین غذای خارجی را برنده شد.[۱۳] از آن زمان رستورانهایی که غذای تکس-مکس عرضه می‌کنند پرمشتری‌ترین رستورانهای شهر پاریس شده است. جوانهای شیک پاریسی اکنون به رستورانهای لاپرلا، کافهٔ پاسیفیکو و استودیو هجوم آورده‌اند.

طبق آمار ری‌کاونت گروهی که خدمات مشاورتی رستورانها را در اوانستون ایلینویز برعهده دارد، در سال ۱۹۸۸ تعداد ۱۹٬۳۶۴ رستوران شرقی در ایالات متحد وجود داشته است، و رقم رشد این رستورانها که در سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸ معادل ده درصد بوده، بالاتر از میزان رشد هر نوع رستوران دیگری است (رقم رشد رستورانهای دیگر ۴% بوده است.)

در سال ۱۹۷۵ تنها حدود ۳۰۰ بار سوشی در ایالات متحد وجود داشت. به گزارش پلت پلیزرز اولین مجله‌ای که برای معرفی غذاهای ژاپنی به امریکاییها در ایالات متحد چاپ می‌شود، در سال ۱۹۸۰ تعداد این بارها به ۱۵۰۰ تا رسید، و امروز، هزاران بار از این نوع در ایالات متحد وجود دارد.

به گفتهٔ سوزان هیرانو، از مجلهٔ پلت پلیزرز هر ماه ۵ تا ۱۰ سوشی‌بار جدید در نیویورک‌سیتی و لوس‌آنجلس افتتاح می‌شود.[۱۴] تب سوشی، از مرز شهرهای بزرگ هم فراتر رفته است و امروزه می‌توانید حتی در بخشهایی هم که به پرورش گوساله شهرت دارند، و جاهایی مثل دموآن در آیووا و ویچیتا در کانزاس و اوماها در نبراسکا هم سوشی سفارش بدهید. خانهٔ استیک ژاپنی در گراندراپیدز میشیگان به سوشی‌بار «شناور» خود می‌نازد. سوپرمارکت کروگر در «باک‌هد» جورجیا

سوشی می‌فروشد.[۱۵] اخیراً جورجیاییهای تنوع‌پسندتر سفارش اختاپوس و مارماهی می‌دهند.

اگر امریکاییها دیوانهٔ سوشی هستند، ژاپنیها هم نشان داده‌اند که مزهٔ شیرینیهای امریکایی دلشان را برده است و امروزه توکیو پر است از قنادیهای امریکایی Mrs. Fields - Famous Amos - Häagen - Dazs و فروشگاههای David's Cookies. حتی نامهای کمتر شناخته‌شده‌ای مثل بستنی‌فروشیهای استیوز و هابونز هم در توکیو افتتاح شده‌اند.[۱۶]

در ایالات متحد، غذای محلی، یکی از داغ‌ترین بخشها در کسب رستوران‌داری است. سابق بر این غذای رستورانهای مرکز امریکا، استیک و سیب‌زمینی بود ولی حالا غذاهای مکزیکی، چینی، کره‌ای، افغانی و اتیوپیایی نیز به لیست غذاهایشان اضافه شده. در خلال سالهای ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۶ استقبال مردم از رستورانها بطور کلی رشدی معادل ده درصد را نشان می‌داد، گرچه این رشد برای رستورانهای آسیایی ۵۴٪، رستورانهای مکزیکی ۴۳٪ و رستورانهای ایتالیایی ۲۶٪ بود.[۱۷] تنها در محلهٔ آدامس مورگان واشینگتن دی‌سی، می‌توانید غذای اتیوپیایی، جامائیکایی، ایتالیایی، مکزیکی، فرانسوی، سالوادوری، ژاپنی، چینی، کارائیبی، هندی یا امریکایی بخورید.

بیگ‌مک با هر اسم دیگری

درحالیکه امریکائیها طعم غذاهای تایلندی و افغانی را می‌چشند، رستورانهای سرپاییشان (فَست‌فود) در سرتاسر جهان گسترده است و طرفدار دارد. آرم این رستورانها در همه جای دنیا از آروپا و استانبول و مونیخ گرفته تا بوینوس‌آیرس و تایپه شناخته‌شده است و در هر کجای دنیا که باشید می‌توانید یک بیگ‌مک سفارش دهید.

مک‌دونالدز که دیگر بازارهای امریکا را اشباع کرده است، اکنون

استراتژی تهاجمی جهانی را دنبال می‌کند. بیش از ۱۰٬۵۰۰ رستوران مک‌دونالدز در ۵۰ کشور جهان دایر است، با «همان کیفیت غذایی خوب، سرویس سریع، محیط تمیز و قیمت ارزانی» که مشتریهای امریکایی بیش از سی سال است بدان عادت کرده‌اند. بیش از ۶۰۰ رستوران جدید مک‌دونالدز در سال ۱۹۸۸ و حداقل همین تعداد در سال ۱۹۸۹ افتتاح شد. میزان فروش مک‌دونالدز در سال ۱۹۸۸ از مرز ۱۶ میلیارد دلار گذشت که ۲۹٪ این مبلغ مربوط به شعبات خارجی رستوران بود.[18]

* مک‌دونالدز در آلمان ۳۰۰ شعبه، در انگلستان ۲۸۹ شعبه، در فرانسه ۸۴ شعبه و در کانادا ۵۶۸ شعبه دارد.
* آرم «زرین‌کمان» دیگر در بلگراد و بوداپست هم جا افتاده و شناخته شده است.
* در شهر سائوپولوی برزیل ۱۶ شعبهٔ مک‌دونالدز وجود دارد.

اروپای شرقی که مک‌دونالدز در آنها موفق بوده است و اتحاد جماهیر شوروی که اولین شعبهٔ مک‌دونالدز آن سال ۱۹۸۹ افتتاح شد، بزرگترین بازارهای آیندهٔ مک‌دونالدز هستند.

در پکن (بیجینگ) و در چندقدمی آرامگاه مائو، مرغ سوخاری کنتاکی، بزرگترین رستوران غذاهای سرپایی در جهان را اداره می‌کند.[19]

صادرات غذاهای فوری به ژاپن از رونق بسیاری برخوردارست

گرچه کنگرهٔ امریکا نگران کاهش موازنهٔ تجاری امریکا با ژاپن است ولی می‌تواند آسوده‌خاطر باشد که عمده‌ترین واردات غذایی ژاپن از

ایالات متحد است.

استقبال ژاپنیها از غذاهای فوری، فوق‌العاده است.[۲۰] ژاپن بیش از هر کشوری به استثنای امریکای شمالی بابت فروش غذاهای امریکایی حق امتیاز می‌پردازد، تنها در فاصلهٔ سالهای ۱۹۷۴ و ۱۹۸۴ تعداد امتیازات از ۲۶۵ به ۱۴۹۰ فقره افزایش یافته است. امروزه ژاپن کلاً ۷٬۳۶۶ امتیاز فروش غذاهای امریکایی را خریده است. بیشتر این امتیازها را ـ۷۲٪ـ رستورانها و فروشگاههای مواد خوراکی خریده‌اند و اسمهایی از قبیل دنیز، میستر دوناتس، دانکینن دوناتس و وندیز دیگر جزئی از شیوهٔ زندگی ژاپنیها شده‌اند.[۲۱]

شین اوکاوارا، رئیس نمایندگیهای ژاپنی مرغ سوخاری کنتاکی که ۸۰۰ شعبه ـبیشترین تعداد شعبات در خارج از امریکاـ را زیر نظر دارد می‌گوید: «ما نان شهرت امریکای قدیمی را می‌خوریم با مزارع سرسبز و هوای تازه و آبهای زلال گوارایش...» امپراتوری جهانی کلنل [کنتاکی] بیش از ۷۷۵۰ شعبه در بیش از ۵۸ کشور جهان دارد.[۲۲]

پیتزا دومینو، پیتزا را با موتور سه‌چرخه‌ای دم خانه‌های توکیو تحویل می‌دهد و افراد مسئول تحویل پیتزا، با اونیفورمهای قرمز و سفید و آبی‌شان، با رقبایشان که سوشی و مارماهی دودی تحویل می‌دهند، رقابت می‌کنند. دومینو تضمین می‌کند که پیتزایتان نیم‌ساعته دم در منزلتان تحویل داده می‌شود ـکاری که در مرکز شلوغ توکیو کار آسانی هم نیست‌ـ و در صورت تأخیر جریمه‌ای معادل هفتصد ین (درحدود پنج دلار) به شما خواهد پرداخت.[۲۳]

ذائقهٔ ژاپنیها به غیر از چای و ساکی، شراب و کوکاکولا را هم می‌پسندد. ژاپن اکنون ۴۰۰ نوع شراب کالیفرنیایی وارد می‌کند. در سال ۱۹۸۶ ژاپن فقط ۱۵۰ نوع شراب کالیفرنیایی وارد می‌کرد.[۲۴] در خلال سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸ علی‌رغم ۳۰٪ حقوق گمرکی و ۵۰٪ مالیاتی که بر شراب بسته شده است، واردات شراب ۳۵٪ افزایش یافت. و کوکاکولا هم پرفروش‌ترین نوشیدنی غیرالکلی در ژاپن است.[۲۵]

ژاپنیها در سال ۱۹۸۶، معادل ۵۸۰ میلیون دلار سفارش سوشی به فروشگاههای غذایی زنجیره‌ای ژاپن «کوزوزوشی هونبو» دادند. ولی بیش از این مبلغ برای همبرگر خرج کردند؛ ۵۹۰ شعبهٔ مک‌دونالدز ژاپن در همان سال (۱۹۸۶) معادل ۹۵۰ میلیون دلار کاسبی کردند[۲۶] و امروزه میزان فروش آن از مرز یک میلیارد دلار تجاوز کرده است. و تنها رقیب واقعی مک‌دونالدز رستورانهای غربی‌مآب دیی هستند گرچه فروش این رستورانها علی‌رغم ۲٬۰۰۰ شعبه‌ای که دارند از ۷۸۰ میلیون دلار تجاوز نکرده است.[۲۷]

غذای مورد علاقهٔ کودکان ژاپنی چلوکاری و همبرگر و اسپاگتی است. و خانواده‌های ژاپنی اگر خیال داشته باشند «سر راه چیزی بخرند» سری به یکی از ۳٬۲۰۰ فروشگاهی می‌زنند که امتیاز فروش غذاهای فوری را از امریکا خریده‌اند.[۲۸]

کازوتاکا کاتو از «صنعت خدمات غذایی ژاپن» می‌گوید: «ژاپنیها ۲۵ سنت از هر یک دلار خرج غذایشان را در بیرون از منزل خرج می‌کنند.» او می‌گوید: «در ده سال آینده با توجه به افزایش تعداد زنانی که در خارج از خانه به کار مشغولند و همچنین با توجه به افزایش درآمد عمومی، انتظار می‌رود که این رقم به ۴۰ سنت افزایش یابد.»[۲۹]

امپریالیسم خوردنیها؟

اکثر امریکاییها تلاشهای مبتکرانهٔ سازندگان غذاهای فوری امریکایی را تحسین می‌کنند. ولی آنهایی که به بهداشت و سلامت افراد بشر اهمیت می‌دهند نسبت به صادرات انبوه غذاهای پرچربی و پرکلسترول و پرسدیمی که خود امریکاییها می‌کوشند در برنامهٔ غذاییشان کمتر مصرف کنند، یا اصلاً نکنند، ابراز نگرانی می‌کنند.[۳۰] این نگرانی در بادی نظر ممکن است بلفضولانه جلوه کند ولی واقعیت این است که اکنون یقین

حاصل شده است که این نوع غذاها عامل عمدهٔ ایجاد بیماریهای قلبی‌اند (مشکل می‌توان کسی را پیدا کرد که از فعالیت شرکتهای دخانیات امریکایی در خارج حمایت کند).

ولی تا امروز چند دولت سراغ داریم که از زیانهای بهداشتی انبوه غذاهای فوری امریکایی شکایت کرده باشند؟ فرانسویها ممکن است دربارهٔ این نوع غذاها غرولندی بکنند ولی در سرزمینی که «پاته» اختراع شد بعید است کسی چرب بودن این غذاها را جدی بگیرد.

در بلوک کمونیست و جهان سوم هم که اصلاً مبارزه‌ای با کلسترول وجود ندارد. غذاها و شیوهٔ طبخ غذاها ممکن است خطراتی را متوجه سلامت دیگران بکند ولی خطرش به‌هرحال متوجه حیثیات ملی و فرهنگی ملل نیست.

یک (رستوران) امریکایی در پاریس

سابق بر این آشپزی فرانسه بهترین نمونهٔ طبخ جهانی بود ولی سبک زندگی جهانی حتی ذائقهٔ فرانسویها را هم از نفوذ سلیقهٔ دیگران و بخصوص امریکاییها مصون نگذاشته است: شیرینیهای شکلاتی، بلال، کیک توت‌فرنگی و شرابهای کالیفرنیایی (البته به مقادیر کم). مؤسسهٔ فرانسوی مطالعات امریکایی اخیراً فصل‌نامه‌ای دربارهٔ آشپزی امریکایی منتشر کرده است.

در پاریس تنها رستورانهای فرانسوی، ستاره‌های معتبر میشلَن را می‌گیرند (به غیر از رستورانهای مردم‌پسند تان‌دین که ویتنامی است). ولی رستورانهای امریکایی‌مآب با غذاهایی از کباب‌دندهٔ خوک گرفته تا ساندویچ مرغ، دگرگونیهایی در ذائقه‌ها و سلیقه‌ها ایجاد کرده‌اند.

* در رستوران «جوآلن» نزدیک مرکز پمپیدو، کباب‌دندهٔ

خوک و خوراک خرچنگ به سبک امریکایی عرضه می‌شود و ارکسترش هم موسیقی امریکایی می‌نوازد و در و دیوار رستوران نیز با پوسترهای فیلمهای امریکایی تزئین شده است. کچاپ هم که بگذر ندارد.

* کلود بنوئه و تیری موناسیه پاریس را برای صرف شام معروف کردند و رقیب آنها کافی‌شاپ امریکایی، با یک پیشخوان و چند کیوسک و چند برگ پوستر تبلیغاتی کوکاکولا، بساطش را راه انداخت.

* منوی غذای بار و گریل مارشال پاریس ـ که به قول نشریهٔ گورمه «همانقدر امریکایی است که «پی‌نات‌باتر»ـ مشتمل است بر استیک، برگر، چیلی، پیتزای کالیفرنیایی و خرچنگ نرم‌پوست.

* رندی اند جیز در «ساحل دست چپ» کباب‌دندهٔ خوک با سالاد کلم عرضه می‌کند. و شیکاگو پیتزا پلی فکتوری به مشتریانش، پیتزای به سبک شیکاگویی در روغن سرخ‌شده می‌دهد.[۳۱]

الین بوربیون از «جنرال استور» ـ اولین بوتیک غذاهای امریکایی در پاریس که «پینات باتر»، «آب زرشک» و آرد گندم سیاه برای درست کردن نوع مخصوصی کیک می‌فروشد و به سختی می‌تواند پاسخگوی تقاضای فراوان مشتریانش باشدـ می‌گوید: «این روزها هر چیز امریکایی مد شده است.»[۳۲]

مبادلات وسیع خورد و خوراکیها

(مبادلات) خورد و خوراکیها جسم و روح را پرورش می‌دهد و به آرامی ما را با جلوهٔ دیگری از زندگی آشنا می‌کند و به انجام تغییراتی

در جهت بهتر کردن غذاهای بومی‌مان می‌کشاند.

کسبهٔ توکیو سفارش «کالیفرنیا رول» می‌دهند، غذایی مرکب از نوعی خرچنگ و سوشی و آووکادو که در سان‌فرانسیسکو ابداع شده؛ و سرآشپزهای امریکایی هم ماهی آزاد را با سس کره و «واسابی»، همان چاشنی معروف ژاپنی عرضه می‌کنند.

در مقولهٔ خورد و خوراکیها (آشپزی) اکنون شاهد بازاری بین‌المللی هستیم با وفور بی‌سابقه‌ای و دور از هرگونه آفت و تهدیدی.

مد بین‌المللی

در جهان مرفهی که از برکت سهولت مسافرتها و وفور وسایل ارتباطی نظرات و سلیقه‌ها به سرعت و سهولت منتشر می‌شود، کاسبیهای چندین میلیارد دلاری عرضهٔ مدها رونق یافته است.

«اسکار دلا رنتا»، طَراح معروف می‌گوید: «مد مسئله‌ای بین‌المللی است و شما نمی‌توانید از نحوهٔ لباس پوشیدن یک زن حدس بزنید که او کجایی است.»[۳۳]

معامله‌گران امریکایی به پوشیدن کت و شلوارهای ایتالیایی روی آورده‌اند و جوانان ایتالیایی سر تا پایشان را در لباسهای لی پوشانده‌اند و جوانان چینی اگر سرشان هم برود دیگر حاضر نیستند فرنج مائویی بر تن کنند.

لوری ماله از مؤسسهٔ «ویلی‌ور» می‌گوید «امروزه مردم آنقدر زیاد سفر می‌کنند که سلیقه‌هایشان بکلی یکسان شده است.»

نشریات بین‌المللی مد به عنوان انجام وظیفه، شما را به خوبی در جریان آخرین تحولات مد می‌گذارند. مجلهٔ فرانسوی ال۱۶ چاپ بین‌المللی دارد، و تنها پس از دو سال انتشار، چاپ مخصوص امریکای این مجله، با مجلهٔ ووگ که چندین دهه بر قلمرو مد حکمرانی کرده بود، به رقابت برخاسته است. ال هم‌اکنون مشغول بررسی ۴ چاپ خارجی

دیگر برای کشورهای ترکیه و مجارستان و تایوان و تایلند است (چه‌بسا که نشر مجلهٔ ال در این کشورها به عنوان شاخص مطمئنی از افزایش درآمد خالص مردم مورد مطالعهٔ متفننان اقتصادی قرار گیرد). در برنامهٔ مد شبکهٔ سی‌ان‌ان، گزارشگران مستقیماً از سالنهای مد نیویورک توکیو و میلان و پاریس گزارش می‌دهند.[۳۴]

بخشی از فروشگاه «هارودز» لندن می‌تواند همان چیزی باشد که «بلومینگ‌دل» امریکا است. بریتیش ایرویز، به مسافرانی که با این شرکت از ایالات متحد به بریتانیا سفر می‌کردند، بنهایی به ارزش ۵۰۰ دلار و هزار دلار برای خرید از فروشگاه هارودز هدیه کرد. یک بار دیگر همین فروشگاه هارودز کاتالوگ اجناسش را برای ۱۴۵٬۰۰۰ مشتری امریکایی فرستاد تا بتوانند بدون پرداخت هزینه‌ای، تلفنی اجناس مورد نیازشان را به دفتر فروشگاه سفارش دهند؛ و این عمل ترکیب جالبی بود از بازاریابی مستقیم و فروش تلفنی. اکنون کاتالوگ اجناس هارودز که سه بار در سال برای مشترکانش در انگلستان فرستاده می‌شد، در قبال پرداخت مبلغی در دسترس مشتریهای خارج از کشور هم قرار می‌گیرد.[۳۵]

«همان ساعت، همان روز، همان جا، همان حراج، همان کارت؛ همانطور که هارودز لنگه ندارد، حراجش هم منحصر به فرد است.» این متن آگهی تمام‌صفحه‌ای است که فروشگاه هارودز برای اعلام حراج سالیانه‌اش در ماههای ژانویه و ژوئیه در نیویورک تایمز منتشر می‌کند. و البته منظور از «همان کارت» هم کارت اعتباری امریکن‌اکسپرس است.

اگر تاکتیکهای هارودزِ انگلیسی‌مآبِ خونسرد کمی تهاجمی بنظر می‌رسد، پس بد نیست به این آمار توجه کنید: خریداران بیش از ۴۰ درصد اجناس هارودز مشتریهای خارجی هستند، از هر کشور و ملیتی. هارودز فروشگاهی تقریباً بین‌المللی شده است.

در بخش تره‌بار هارودز، هلوی فرانسوی، ترب هلندی، توت‌فرنگی انگلیسی، مارچوبهٔ کالیفرنیایی، قارچ دکمه‌ای روسی و نوعی لیموی

خاص افریقای شرقی همراه عرضه می‌شود. فروشگاه هارودز که شعباتی در آلمان غربی و ژاپن هم دارد، در مالکیت مصریهاست.

در سال ۱۹۸۷، فروشگاه پرنتان که در پاریس قرار دارد، اولین فروشگاه بزرگ اروپایی بود که شعبه‌ای در ایالات متحد (دنور، کلرادو) افتتاح کرد.[۳۶] فرانک بال رئیس شعبهٔ امریکایی پرنتان می‌گوید: «این فروشگاهی بین‌المللی است و هدف از تأسیس آن ایجاد تعادلی بین سبک فرانسوی و روحیهٔ امریکایی». پرنتان در ژاپن و عربستان سعودی و فنلاند و مالزی و ترکیه هم شعبه دارد.[۳۷]

در شهر مدپسند میلان، جوانها به جای توجه به طرحهائی که طراح معروف جیورجیو آرمانی عرضه می‌کند به جینهای مارک لِوی، کفشهای راحت و شیوهٔ لباس پوشیدن امریکاییها که در فیلمها و تلویزیونها و آگهیهای تبلیغاتی دیده‌اند رو می‌آورند. فرزندان خانواده‌های ثروتمند، نسل جدیدی از جوانهائی هستند که آنها را در ایتالیا «پانیناری» می‌نامند.[۳۸] این کلمه از پانینو به معنای ساندویچ گرفته شده و نمایانگر شیوهٔ زندگی طرفدار سهولت و سرعت امریکایی است. کمپانی «لیمیتد» امریکایی از اسم پانیناری برای تولیدات به سبک اروپایی‌اش استفاده کرده است.

در سوی دیگر جهان، یعنی در چین ـ در جایی که از انقلاب به بعد کسی رنگ قرمز نپوشیده بود ـ در دههٔ هشتاد لباسهای رنگ روشن مد روز مشتمل بر جورابهای قرمز انقلابی و بلوجین به عرصه آمده است. زنهای چینی از لباسهای رکابی و شلوارهای تنگ و حتی دامنهای مینی استقبال کردند، و طراح معروف فرانسوی پیر کاردن هم در استادیومهای چینی در برابر هزاران تماشاچی مشتاق نمایش مد ترتیب داد.[۳۹] آیا روند پیروی از مد در چین، در حال و هوای محافظه‌کارانه‌ای که بعد از واقعهٔ میدان تیان‌آن‌من پیش آمده‌است ادامه خواهد یافت؟ اگر هم ادامه یابد، دیگر بدون کمک طراح برجستهٔ مد، ایو سَن لوران خواهد بود.

همکار سن لوران، پیر برژ، در اعتراض به واقعهٔ تیان‌آن‌من از مقام

خود به عنوان مشاور رسمی مرکز طراحی و تحقیقات پارچهٔ پکن استعفا داد. بنا بود این مرکز با پایتختهای مد دنیا در ارتباط باشد و سالانه ۱۰۰ تا ۲۰۰ دانشجوی طراحی تربیت کند، ولی برژ درعوض از شرکتهای فرانسوی تقاضا کرد که ۲٬۸۰۰ دانشجوی چینی مقیم فرانسه را در یافتن شغلی یاری دهند؛ و بوتیک سن‌لوران در خیابان تورنن پاریس تبدیل شد به مرکز عملیاتی دانشجویان مخالف و تمام کسانی که خواهان ایجاد دموکراسی در چین هستند.[۴۰]

ولی سن‌لوران که سه دههٔ پیاپی، سلطان مد فرانسه است، با دیگر کشورهای سوسیالیستی رابطهٔ چندان بدی ندارد. به درخواست رایسه گورباچف، همسر میخائیل گورباچف، سن‌لوران در سال ۱۹۸۶ طرحهایش را در اتحاد جماهیر شوروی به معرض نمایش گذاشت.[۴۱]

از سوی دیگر رالف لوران در فروشگاهی در پاریس، لباسهایی به سبک کاملاً امریکایی عرضه می‌کند و طراح امریکایی دونا کاران در براونز لندن، غوغا کرده است.

تجارت بین‌المللی فرانسه

در توکیو و دِس موان و سائوپاولو، پانزده ساله‌های پیرو مد ظاهراً به لباسهای طراحان بین‌المللی برجسته‌ای نظیر بنتون، اسپری یا لورا اشلی روی آورده‌اند. همان طراحانی که نبض فرهنگ پوشاکی جوانان را در دست دارند و آنان را به شیوهٔ پوششی جهانی می‌کشانند.

بنتون

«رنگهای متحد بنتون». آگهیهای تبلیغاتی بنتون می‌گوید: دنیا از نژادها و ملیتهای گوناگونی تشکیل شده است و همهٔ این ملیتها و نژادها با پوشیدن البسهٔ رنگارنگ بنتون که مظهر همزیستی مسالمت‌آمیز و شاد

است به یکدیگر پیوند داده می‌شوند.

متحد مثل ایالات متحد، چندملیتی مثل قارهٔ اروپا، قارهٔ موطن بنتون. بهره‌گیری بنتون از «تمام رنگهای جهان»، ویژگیی بین‌المللی بدان می‌بخشد، ویژگیی که هیچ کمپانی دیگری قادر به رقابت با آن نیست. از سال ۱۹۶۸ تاکنون بیش از ۴٬۵۰۰ فروشگاه بنتون در ۷۰ کشور دنیا باز شده است و در مقطعی از عمر بنتون، روزانه بطور متوسط دو فروشگاه دارای نمایندگی بنتون در نقطه‌ای از جهان افتتاح شد. اکنون بیش از ۶۵۰ فروشگاه تنها در امریکای شمالی، محصولات بنتون را عرضه می‌کنند.

پس از یک روند سریع رشد، اکنون شرکت بنتون با نارضایتی نمایندگانش که از نزدیکی بیش از اندازهٔ فروشگاهها به یکدیگر و مشکلات سفارش کالا شکایت دارند روبروست. در سال ۱۹۸۷ هفت فروشگاه بنتون تعطیل شد و در دسامبر سال ۱۹۸۷ شرکت ناگزیر به استفاده از خدمات مشاور مخصوصی برای هماهنگ ساختن فعالیتهای شعب امریکایی خود شد.

با این همه، بنتون هنوز هم بزرگترین تولیدکنندهٔ لباسهای بافتنی در جهان است و عمده‌ترین مصرف‌کنندهٔ پشم طبیعی. فروش کمپانی از ۷۸ میلیون دلار سال ۱۹۷۸ (عمدتاً در ایتالیا) به یک میلیارد دلار در سال ۱۹۸۷ افزایش یافت و سود خالصش معادل ۱۰۸ میلیون دلار بود. بزرگترین بازار اجناس بنتون در خارج از خود ایتالیا، ایالات متحد است و پس از آن آلمان و فرانسه. یک شعبهٔ بنتون در سال ۱۹۸۹ در مسکو افتتاح شد.

عامل عمدهٔ موفقیت کمپانی، استفاده بخردانهٔ آن از تکنولوژی پیشرفته است. برای طراحی لباس و حمل تولیدات و رعایت سلیقهٔ مشتریها، از کامپیوتر استفاده می‌شود. تعداد تکنیسینهای کامپیوتری که در استخدام کمپانی بنتون است بمراتب بیش از خیاطهایش است.[۴۲]

اِسپری

شعار کمپانی این است: مشتری اسپری، زنی است سرزنده، مشتاق به تناسب اندام، اهل ورزش و گردش با روحیه‌ای شاد و مردم‌جوش که اعتماد به نفس دارد و به جنسیتش می‌نازد و از «اختلاف» بین زن و مرد لذت می‌برد. او هرگز یک هدف جنسی نیست و جوانی در نظر او، احساسی درونی است که ربطی به سن و سال ندارد.[۴۳]

اسپری با ۱۲۵ فروشگاه در ۱۵ کشور جهان و بوتیکهایش در صد فروشگاه عمده و هزاران مغازهٔ دیگری که اجناسش را عرضه می‌کنند، چیزی بمراتب بیش از صرفاً یک شعار یا یک احساس درونی است؛ اسپری عمده‌ترین تاجر لباسهای ورزشی است.

این شرکت در سال ۱۹۸۸ چیزی درحدود ۱/۲ میلیارد البسهٔ زنانه و مردانه و بچگانه فروخت.[۴۴] امروزه ۷۰ فروشگاه اسپری در ایالات متحد و ۵۵ فروشگاه در خارج از کشور فعال هستند. این پنجاه و پنج فروشگاه خارجی، کل فروش شرکت را به خود اختصاص داده‌اند.[۴۵]

داک تام‌کین، یکی از بنیانگذاران اسپری می‌گوید: «اسپری یک کمپانی بین‌المللی است، رئیس بخش گرافیک ژاپنی است، عکاسمان ایتالیایی است، آرشیتکتهایمان ایتالیایی و فرانسوی هستند و طراحانمان، آلمانی و سوئدی و انگلیسی و هلندی و چینی. وقتی همه‌مان دور هم جمع باشیم سازمان ملل کوچولوئی تشکیل می‌دهیم.»[۴۶]

دفاتر اسپری در سان‌فرانسیسکو در مجموعه‌ای به وسعت چهار هکتار واقع شده است. در این مجموعه کارمندان می‌توانند در کلاسهای زبان ارزان‌قیمتی که از طرف شرکت ترتیب داده شده است شرکت کرده انگلیسی بیاموزند، تنیس بازی کنند و با تخفیف ویژه در رستوران مخصوصی غذا بخورند.

لورا آشلی

کمپانی بین‌المللی لورا اشلی معرف سبک زندگی انگلیسی است. ویترینهای چوبی این فروشگاه که لندن عهد ویکتوریا را تداعی می‌کند پر است از البسه و پارچه‌های نقشداری که حال و هوای باغهای انگلیسی را به خاطر انسان می‌آورد. خانمهای فروشنده‌ای که خود نیز از همان پیراهنهای گلداری که به مشتریان می‌فروشند بر تن دارند، علاوه بر البسه، ملافه و لباس بچه و کاغذ دیواری هم به مراجعان عرضه می‌کنند. تعجبی ندارد که خانم مارگارت تاچر فروشگاه اشلی را نمونهٔ بارزی از شیوهٔ کسب و تجارت انگلیسی می‌داند.[۴۷]

در سال ۱۹۵۳ لورا اشلی فقید که طراحی از اهالی ویلز بود کار چاپ نقش روی دستمال‌سفره‌های مخصوص عصرانه را شروع کرد، و شوهرش این دستمالها را به فروشگاههای محلی فروخت. گرچه اولین فروشگاه مستقل اشلی تا قبل از سال ۱۹۶۸ افتتاح نشد ولی در اوایل دهۀ ۱۹۷۰ همین فروشگاه شعباتی در استرالیا و ژاپن و کانادا داشت. شعبۀ امریکایی این فروشگاه در سال ۱۹۷۴ افتتاح شد و امروزه ۱۷۴ فروشگاه لورا اشلی در امریکای شمالی دایر است. تعداد این فروشگاهها در سراسر جهان ۴۲۵ باب است، با فروش سالانه‌ای معادل ۴۰۰ میلیون دلار. کمپانی کارخانه‌هایی در ویلز و هلند و ایرلند و کنتاکی دارد.[۴۸]

هبیتات‌گُنران

تِرنس کُنران انگلیسی، بنیانگذار فروشگاههای هبیتات، در بیش از صد شعبه‌اش در سرتاسر جهان، وسایل خانگی شیک و مدرن ارزان‌قیمتی عرضه می‌کند. هبیتات ۵۷ شعبه در ممالک مشترک‌المنافع و چند شعبه‌ای هم در سطح اروپا دارد. علاوه بر این در ژاپن و سنگاپور و

هنگ‌کنگ و همچنین ایالات متحد هم دارای نمایندگیهایی است، شعبات آن در ایالات متحد به نام فروشگاه کنران معروفند. منظرهٔ عمومی این فروشگاهها با دیوارهای سفید و دکورهای چوبی روشن منظره‌ای ساده و بی‌دنگ و فنگ است. تعداد فروشگاههای کنران در ایالات متحد هفده باب است و کنران امیدوار است که آنها را به ۲۰۰ باب برساند. او به دلیل موفقیت چشمگیرش در امر خرده‌فروشی در سال ۱۹۸۳ از دولت انگلستان لقب شوالیه گرفت.[۴۹]

ایکه‌آ[۱]

«ترتیب ضیافتی باشکوه با هزینهٔ یک وعده غذای ساده.» این است شعار ایکه‌آی سوئدی.

ایکه‌آ فروشندهٔ قطعات سوارنشدهٔ مبلمان است با قیمتی ۳۰٪ کمتر از قیمت مبلمان ساخته و تکمیل شده. ایکه‌آ دارای هشتاد فروشگاه در ۱۹ کشور جهان از اروپای غربی گرفته تا عربستان سعودی و جزایر قناری و کانادا و استرالیاست. کاتالوگهای ایکه‌آ، با تیراژی بیش از ۵۰ میلیون در سراسر جهان، به دوازده زبان منتشر می‌شود و کارتنهای حامل قطعات ایکه‌آ، دارای برچسبهایی به زبانهای انگلیسی، دانمارکی، آلمانی، فرانسوی، سوئدی است. در سال ۱۹۸۸ میزان فروش ایکه‌آ بیش از ۲/۶ میلیارد دلار بوده و میزان فروش سه فروشگاه ایکه‌آ در امریکا به‌تنهایی ۹۳ میلیون دلار بود. بناست در سال ۱۹۹۰ ایکه‌آ فروشگاهی در بوداپست نیز افتتاح کند.

بازدید اغلب مشتریان از فروشگاههای ایکه‌آ معمولاً بین ۲ تا ۴ ساعت طول می‌کشد. این مشتریان در صورت تمایل می‌توانند غذای مناسب و خوبی هم در رستورانهای سوئدی که در تمامی فروشگاههای ایکه‌آ دایر است صرف کنند.[۵۰]

قیمت‌گذاری جهانی

داد و ستد جهانی، از برکت دستگاههای الکترونیکی با قیمتهای بین‌المللی انجام می‌گیرد. تا همین چند سال پیش یک نیویورکی مدپسند می‌توانست با هواپیما به میلان سفر کند، بهترینهای مد را در خیابان ویا ناپولئونه با قیمتی بمراتب ارزان‌تر از امریکا بخرد، بطوری که علی‌رغم پرداخت هزینهٔ هتل و پول بلیط هواپیما باز هم برایش مقرون به صرفه باشد، ولی امروزه دیگر چنین چیزی ممکن نیست. و نه‌فقط بدین علت که ارزش دلار کاهش یافته است.

امروزه برای حمایت تولیدات از نوسانات قیمتها، که ممکن است به امر تجارت لطمه بزنند، قیمتها را به وسیلهٔ دستگاههای الکترونیکی اعلام می‌کنند. مثلاً «شانل» قیمت اجناس فروشگاههایش را در سراسر جهان با توجه به نوسانات ارزهای مختلف، تعیین می‌کند. از این‌رو یک دست لباس یا کیف شانل، چه در خیابان مونتنی خریداری شود، چه در بوتیک هتل پنینسولای هنگ‌کنگ و چه در رودئو درایو، تقریباً به یک قیمت تمام می‌شود.[51]

فروشگاههای سوئدی، امریکایی، ایتالیایی، انگلیسی ـ و همچنین طراحان سطح بالا ـ که فعالیتشان بین‌المللی است با عرضهٔ مدلهای متنوع حق انتخاب بیشتری در اختیار مشتریانشان قرار می‌دهند. مبادلهٔ مد هم مثل مبادلهٔ خوراکیها، تجارت راحت و بی‌دردسری است. اما جای این سؤال باقیست که آیا توسعهٔ این فروشگاهها جهان را به همسانی و بی‌تنوعی نمی‌کشاند؟ اگر قرار باشد فروشگاههای هونولولو یا سائوپاولو و یا فلان مجتمع خرید محلی، همه، یک مد لباس را عرضه کنند پس تکلیف رنگها و بافتهای گوناگون محلی چه می‌شود؟

شیوهٔ زندگی جهان‌شمولی که در حال ظهور است، روی طناب باریکی پیش می‌رود که یک طرفش تنوع مدلها و حق انتخاب بیشتر برای مشتریان است و طرف دیگرش همسانی و همرنگی شگرفی است

که حق انتخاب را محدود می‌کند.

موازنهٔ مبادلات فرهنگی

امریکائیها هنوز به سختی می‌کوشند تا بر صادرات کشورشان بیفزایند ولی کسی منکر این واقعیت نیست که «سلیقهٔ امریکایی» از مهمترین کالاهائی است که در قالب شوهای تلویزیونی، برنامه‌های سرگرم‌کننده، موسیقی و فیلم به تمامی کشورهای کره ارض صادر می‌شود.

فیلم

در سال ۱۹۸۲ وزیر امور فرهنگ فرانسه، ژاک لانگ، سخنرانی جنجال‌برانگیزی کرد دربارهٔ چیزی که خودش آن را «امپریالیسم فرهنگی امریکا» نامید. گرچه گاه لحن سخنان آقای لانگ شبیه شعارهائی بود که لی ایاکوکا، در مخالفت با ورود اتومبیلهای ژاپنی می‌داد ولی باید انصاف داد که نگرانی او چندان هم بی‌مورد نیست. فرانسویها در طول دهه‌های ۵۰ و ۶۰ عرصهٔ فیلم و سینما را در اختیار خود داشتند ولی اکنون ایالات متحد جای آنان را گرفته است. در سال ۱۹۸۶ تعداد ۱۲۱ فیلم امریکایی در مقابل ۱۵۸ فیلم فرانسوی در سینماهای فرانسه به نمایش گذاشته شده است.[۵۲] در طول سه‌ماههٔ اول سال ۱۹۸۸ فیلمهای فرانسوی نتوانستند حتی ۳۰٪ بازار سینمای فرانسه را به خود اختصاص دهند، حال آنکه‌فیلمهای‌امریکایی‌بیش‌از ۵۰٪ این‌بازار را از آن خود کردند.[۵۳]

فیلمهای امریکایی همچنین ۵۰ درصد بازار سینمای ایتالیا و هلند و دانمارک و ۶۰ درصد بازار آلمان و هشتاد درصد بازار سینمای انگلستان را به خود اختصاص دادند. با اینهمه، ژاپن هنوز بزرگترین بازار فیلمهای هالیوودی در خارج از ایالات متحد است.

موسیقی و سرگرمی

در فرانسه، فرستنده‌های رادیویی و نوار شوهای راک ویدیوئی عرصهٔ عرضهٔ فرهنگ وارداتی است. در ژانویهٔ سال ۱۹۸۷ در میان ۵۰ آهنگ اول از پرفروش‌ترین آهنگها بیست تایش خارجی بود.[۵۴]

لی دلون، رهبر ارکستر فیلارمونیک مرکزی چین ـ خیلی پیش از آنکه دولت تندرو چین به فکر تجدیدنظر در مقولهٔ «آزادی» بیفتد ـ گفته بود «فرهنگ امریکایی ـ از موسیقی جاز گرفته تا دیسکو ـ با هجومی گسترده دنیا را به تصرف خود درآورده است. چین، آخرین سد مقاومت در مقابل این سیل است، گرچه به دوام مقاومت ما هم امیدی نیست.»[۵۵]

جوانان چینی هم مثل «مسالان روسی‌شان، دلبستهٔ البسهٔ جین و موسیقی راک غربی‌اند. گروه «وَم» اولین گروه مهمی بود که در سال ۱۹۸۵ چین را تسخیر کرد. موسیقی راک انگلیسی و امریکایی، ارکان فرهنگ بین‌المللی جوانان را تشکیل می‌دهد.[۵۶] گروه جنسیس، بیلی جول و همچنین گروه رولینگ استونز، معروفیتی جهانی دارند.

هنوز مشخص نیست که آیا فرهنگ غربی با سرکوب خونین اعتراضات دانشجویی از چین رخت برخواهد بست یا خیر، قدر مسلم اینکه تا قبل از ژوئن ۱۹۸۹ آزادی عمل بسیاری، اگرنه در مسائل سیاسی لااقل در موارد فرهنگی و سلیقه‌های شخصی وجود داشته است:

* شبهای چهارشنبه و شنبه، کاخ فرهنگ چانگ‌ون‌من، برنامهٔ «برک دانس» داشت.
* در ماه مهٔ ۱۹۸۸ حدود ۳۰۰ جوان در اولین مسابقهٔ «برک دانس» پکن که از طرف دولت ترتیب یافته بود، به رقابت با یکدیگر پرداختند.
* بیش از هزار شهروند میانسال در آوریل سال ۱۹۸۸ در اولین

مسابقهٔ دیسکوی مخصوص میانسالان پکن شرکت کردند.

در ژاپن هم عطش شیفتگان فرهنگ امریکایی برای تمتع از پدیده‌های فرهنگی امریکا ـ از کلوبهای شبانه گرفته تا دیسنی‌لند ـ سیری‌ناپذیر است.

در اوایل دههٔ ۱۹۹۰ بیست و پنج کلوب راک اند رول به نام استودیو بیکر در ژاپن افتتاح خواهد شد. تمام وسایل و تجهیزات این کلوبها هم مستقیماً از ایالات متحد امریکا وارد خواهد شد.[۵۷]

اولین دیسنی‌لند به سبک امریکایی در خارج از ایالات متحد، در ژاپن افتتاح شد. توشیو کاگامی عضو دیسنی‌لند توکیو ـ جایی که بسیاری از علائم و تابلوهای راهنمای خیابانهایش هم به زبان انگلیسی است ـ می‌گوید: «ما بالاخره تصمیم گرفتیم که این دیسنی‌لند را چنان شبیه دیسنی‌لند امریکا بسازیم که وقتی مردم قدم بدینجا می‌گذارند تصور کنند که در ایالات متحد هستند؛ و همین، مهمترین عامل موفقیتمان شد.»[۵۸]

در نخستین ساعات تحویل سال ۱۹۸۷ تعداد ۱۳۰٬۰۰۰ ژاپنی، بی‌اعتنا به سرمای زیر صفر در دیسنی‌لند توکیو ازدحام کرده بودند. آن روز، شلوغ‌ترین روز سال بود و «مینی‌ماوس» هم کیمونوی ژاپنی بر تن داشت.

«اورودیسنی‌لند» چهارمین قلمرو جادویی دیسنی، با دو میلیارد دلار هزینه در سال ۱۹۹۲ در مارنه ـ لا واله، در حومهٔ پاریس افتتاح خواهد شد. این پارک تفریحات علاوه بر جذب توریست بیشتر، هشت‌هزار شغل جدید نیز ایجاد خواهد کرد.[۵۹]

انتشارات

بر جلد یکی از شماره‌های اخیر مجلهٔ ام این سؤال مطرح شده بود «آیا پیرو مد امریکایی هستید؟» ـ مخاطبان مجلهٔ ام نیز ـ چون مخاطبان ونیتی فیر، استایل، تاکسی، پشن، و ال غالباً مردم متنعمی هستند که براحتی می‌توانند به اکناف جهان سفر کنند. مجلات اروپائی تراول اند لایف، تراول اند لیژر و کُنده‌ناستس تراولر نیز عموماً برای جذب خوانندگانی که می‌توانند در فراخنای جهان به سیر و سیاحت پردازند ـ یا دلشان می‌خواهد که بتوانند ـ رقابت می‌کنند.

برای چندین دهه، اینترنشنال هرالد تریبیون نمونهٔ موفق یک نشریهٔ جهانی بود. مقالات هرالد تریبیون براساس منابع غالباً امریکایی در پاریس تهیه می‌شد، و در سراسر جهان چاپ و منتشر می‌گشت. بعدها وال استریت ژورنال هم چاپهای آسیایی و اروپایی منتشر کرد. از سال ۱۹۸۶ یو اس نیوز و ورلد ریپورت به زبان چینی و مجلهٔ نیوزویک به زبان ژاپنی هم منتشر شدند.

از برکت ارتباطات ماهواره‌ای، جرایدی چون وال استریت ژورنال، تایمز مالی، یواس‌ا تودی، دی‌تزایت هامبورگ، چاینادیلی، اکونومیست، تایم و نیوزویک، در یک روز واحد، در چند قاره منتشر می‌شوند. اکونومیست در ۱۷۰ کشور جهان خواننده دارد و تنها یک‌چهارم خوانندگانش از مردم انگلستانند.[۶۰]

علاوه بر این در کار توزیع مطبوعات هم انقلابی رخ داده است. امروزه نشریات عدیده‌ای از کشورهای مختلف با سهولت و وسعت بیشتری در دسترس همگان قرار دارد. شما در نیوزروم [مرکز اخبار] واشینگتن دی‌سی، می‌توانید نوار، صفحه، روزنامه، مجله و کتابهائی به صد زبان مختلف دنیا خریداری کنید.

یکی از فروشندگان نیوزروم می‌گوید «میزان تقاضاهای مشتریان ما هیچگاه کاهش نمی‌یابد». در این فروشگاه نه‌تنها نشریات معروف و

پرطرفدار اروپایی مثل لوموند (فرانسوی) و کوریر دلا سرا (ایتالیایی) را می‌فروشند بلکه نشریات دیگری چون الاهرام (عربی)، چاینادیلی، پولیتیکا (لهستانی)، لا ناسیون (آرژانتینی) پراودا (روسی)، دی‌ولت (آلمان غربی)، و دوتلگراف (هلند) و همچنین افریکن بیزینس، وست افریکا، نیجرین نیوز و افریکن کنکورد نیز عرضه می‌شود.

تلویزیون

سام رابرتس، یکی از مدیران اجرایی سی‌بی‌اس نیوز می‌گوید: «بازار تلویزیون در همه جا... بازاری حقیقتاً مدگرا شده است.»[۶۱] بخش خبری شب گذشتهٔ سی‌بی‌اس به گویندگی دن رَ دِر هر صبح ساعت ۸ در پاریس پخش می‌شود. ژاپنیها هم دن ردر را بر صفحهٔ تلویزیونشان تماشا می‌کنند. همانطور که لرر را در برنامهٔ اخبار مک‌نیل و تد کاپل را در اخبار شب.[۶۲]

هفتاد و پنج درصد کل واردات برنامه‌های تلویویونی جهان از ایالات متحد است. و بیشتر این برنامه‌ها نیز برنامه‌های غیرخبری است.[۶۳]

* سریال تلویزیونی دالاس در ۹۸ کشور جهان نمایش داده می‌شود.
* در سال ۱۹۸۶ چهل درصد برنامه‌های تلویزیونی زلاندنو امریکایی بود.
* شوهای تلویزیونی امریکایی مت‌لاک و اسپنسر در ژانویهٔ ۱۹۸۹ پرطرفدارترین شوها در افریقای جنوبی شناخته شد.
* میکی‌ماوس و دانلد داک ـ که صدایشان به زبان ماندارین چینی هم دوبله شده است ـ بطور هفتگی در چین نمایش داده می‌شود.
* استرالیاییها پاسی از نیمه‌شب گذشته بیدار می‌مانند تا شو تودی

را تماشا کنند.

* یک مسابقهٔ تلویزیونی در فرانسه که به تقلید از مسابقهٔ گردونهٔ بخت تلویزیونهای امریکا ساخته شده، پرطرفدارترین مسابقهٔ تلویزیونی در فرانسه است. چهار شو دیگر از این نوع که به تقلید از شوهای خارجی طراحی شده است نیز در دست تهیه است.[۶۴]

ظاهراً ایالات متحد ید طولایی در صدور برنامه‌های تلویزیونی دارد ولی تجربهٔ چندانی در واردات این برنامه‌ها (بجز چند برنامه‌ای از تلویزیون انگلستان) نداشته است. امریکا می‌تواند تلاش بیشتری برای واردات ممتاز فرهنگی و هنری بعمل آورد، و بدین ترتیب مازاد مبادلات فرهنگی خود را جبران کند.

تلویزیون جهانی هم‌اکنون به صورت بالقوه‌ای وجود دارد و نمونهٔ آن ایستگاههای تلویزیونی ماهواره‌ای چندملیتی اروپاست. ولی این ایستگاهها از یک سو تحت تأثیر شیوهٔ زندگی جهانی هستند و از سوی دیگر تحت تأثیر ناسیونالیسم فرهنگی و اختلافات زبانها.

یک ایستگاه بزرگ تلویزیونی می‌تواند با توسعهٔ برنامه‌هایش تعداد انبوهی از تماشاچیان بین‌المللی را به خود جلب کند، اما هرچه فاصله بیشتر شود رغبت تماشاچیان به دیدن برنامه‌های محلی احتمالاً بیشتر خواهد شد ـ این را فرستنده‌های تلویزیونی انگلستان تجربه کرده‌اند.

اولین برنامهٔ اخبار سرتاسری اروپا به عنوان اخبار تلویزیونی مستقل انگلستان، از سال ۱۹۸۷ از سوپر کانال که در مالکیت انگلیسیها بود، پخش شد و بینندگان در ۱۴ کشور مختلف می‌توانستند از طریق ۲۰ میلیون گیرندهٔ سیمی این برنامه را دریافت کنند. اخبار به زبان انگلیسی ولی شمرده‌تر از معمول خوانده می‌شد تا میلیونها بیننده‌ای که معلوماتی در زبان انگلیسی داشتند اما انگلیسی زبان مادریشان نبود بتوانند از آن استفاده کنند.[۶۵] ولی ظاهراً این اقدام کافی نبود، زیرا پخش اخبار این

سوپرکانال در نوامبر سال ۱۹۸۸ پس از آنکه صد میلیون دلار در ۲ سال اول ضرر داد تعطیل شد. «اسکای تلویژن» روپرت مرداک هم که امکان تماشای برنامه‌هایش در ده کشور اروپائی فراهم شده بود، موفق‌تر از سوپرکانال نبود. بیشتر اروپاییها، کانالهای ملی را که برنامه‌های سرگرم‌کننده‌شان به زبان ملی و با استفاده از اصطلاحات محلی دوبله شده بود، ترجیح می‌دادند.[۶۶]

احتمالاً بینندگان تلویزیونی در سراسر جهان تا هر وقت میلشان باشد می‌توانند برنامه‌های تلویزیون امریکا را تماشا کنند ولی خوشبختانه آن روزی که یک ایستگاه واحد، برنامه‌های یکسانی را در سراسر جهان پخش کند، هرگز نخواهد رسید و دلیلش هم وجود ناسیونالیسم فرهنگی است.

بسیاری از شهروندان لهستانی بیش از همسایگان روسشان از اخبار دنیا آگاهند. لهستانیها می‌توانند با آنتنهای بشقابی، یکی از ۲۱ کانال تلویزیونهای امریکای شمالی و اروپای غربی را از جمله بخش بین‌المللی بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان امریکا را انتخاب و تماشا کنند.[۶۷] سی‌ان‌ان را در هشتاد و سه کشور (البته بیشتر در هتلها) می‌توان تماشا کرد.[۶۸]

صدهزار یهودی مهاجر ترک وطن‌کرده که هنوز تلویزیون شوروی را فراموش نکرده‌اند، در اسرائیل از طریق ماهواره اخبار این تلویزیون را تماشا می‌کنند.

تأثیر بالقوهٔ تلویزیون در کشورهای پرجمعیت جهان حیرت‌انگیز است.

رافائل رونکاگلیولو، مدیر مرکز تحقیقات فرهنگ فراناسیونالیستی در لیما می‌گوید: «امریکای لاتین منطقه‌ای است که بالاترین رقم واردات برنامه‌های تلویزیونی را به خود اختصاص داده است. حدود ۶۰ درصد از برنامه‌های تلویزیونی این منطقه وارداتی است و ۸۰ درصد این برنامه‌های وارداتی امریکایی.»[۷۰]

اُکوبامبا، دهکدهٔ کوچکی در پرو که جمعیتش تنها ۴۰۰ نفر است، قبل

از آنکه آب لوله‌کشی و سرویس منظم پستی و حتی برق داشته باشد، انباشته بود از تلویزیونهایی که با باطری کار می‌کنند. کارلوس رومرا، مدیر انستیتو ملی تحقیقات و آموزش ارتباطات در پرو می‌گوید: «مردم این بخش از جهان قبل از تلفن، خواهان تلویزیون هستند.»

در سال ۱۹۸۳، طُوارق، بزرگترین قبیلهٔ بادیه‌نشین صحرا، کوچ سالانه‌اش را ده روز به تأخیر انداخت تا آخرین قسمت سریال دالاس را از دست نداده باشد![۷۱]

در کشورهای بالنسبه فقیری مثل هندوستان و چین که ۴۰ درصد جمعیت زمین را در خود جا داده است، مردم مدام در معرض بمباران تصاویر و مظاهر فرهنگی غرب پیشرفته هستند.

هندوستان، ۴۰۰ میلیون بینندهٔ بالقوهٔ تلویزیونی دارد. در چین حدود یک صد میلیون دستگاه تلویزیون و ۶۰۰ میلیون بیننده وجود دارد. به گزارش ورلد پرس ریویو در سال ۱۹۸۶ یک خانه از هر دو خانه در پکن و شانگهای تلویزیون داشتند.[۷۲]

یوسی کان، یک خانم امریکایی چینی‌تبار و تهیه‌کنندهٔ پرطرفدارترین سریال تلویزیونی در جهان که حدود ۵۰۰ میلیون بیننده دارد، اولین تبعهٔ خارجی بود که از دولت چین برای تهیهٔ یک سریال تلویزیونی مخصوص میلیونها بینندهٔ چینی مجوز قانونی گرفت. سریال یک جهان چینیها را با نقاط دیگر جهان ـ از نیویورک‌سیتی گرفته تا اهرام مصر ـ آشنا ساخت.[۷۳]

علی‌رغم سوءظن و نگرانی چین در سال ۱۹۹۰ راجع به نفوذ غرب، وقتی به گذشته بنگریم می‌بینیم که در دههٔ ۱۹۸۰ تا چه حد دروازه‌های چین برای ورود فرهنگ غرب گشوده بوده است؛ و کمپانیهای مترو گلدوین میر، یونایتد آرتیستز و پارامونت و یونیورسال در چین فیلم سینمایی و برنامه‌های تلویزیونی توزیع می‌کرده‌اند.[۷۴]

چهارشنبه شبها در شانگهای، ۷۰ درصد بینندگان تلویزیون، فیلم شکارچی را که نمایشی پلیسی و امریکایی است تماشا می‌کنند. مایکل جی

سولومون از لُریمار تله‌پیکچرز که قرارداد پنج‌ساله‌ای برای تأمین کلیهٔ برنامه‌های غیرچینی تلویزیون شانگهای امضا کرده است می‌گوید: «چین آخرین «خوان» است اما جای نگرانی هم باقیست، آخر در اینجا ما درصدد تأثیر گذاری بر نحوهٔ تفکر مردم برآمده‌ایم.»[۷۵] این اظهارات را سولومون سالها قبل از اعتراضات دانشجویی سال ۱۹۸۹ بیان کرده بود.

بالقوه بودن یک تلویزیون جهانی، به همراه صادرات انبوه شوهای امریکایی، مسائلی را که تاکنون هیچگاه با آنها مواجه نشده بودیم، مطرح می‌کند. آیا تلویزیون جهانی منجر به کاهش میزان تولید برنامه‌هایی خواهد شد که مخاطبینشان گروه مخصوصی هستند؟ آیا تلویزیون جهانی باعث یکدست‌شدن فرهنگها می‌شود؟ آیا این روند باعث به مخاطره افتادن وجوه تفاوتی خواهد شد که مایهٔ جذابیت کشورهای گوناگون جهان است؟ آیا این روند، به تحمیل ارزشها و ضوابط کشورهای قدرتمندی مثل ایالات متحد بر کشورهای جهان سوم یا دیگر ملل پیشرفته، نخواهد انجامید؟

امپریالیسم فرهنگی

سرگرمیهای صادراتی امریکا به غیر از دیسنی‌لند و خیابان سسامی، فیلمها و نمایشهای تلویزیونی پرخشونت را نیز شامل می‌شود. امریکاییهای خیراندیش از اینکه می‌بینند همان فیلمهایی که در امریکا با انتقاد ایشان روبرو شده است، به خارج صادر می‌شود و بینندگان خارجی آنها را مظهر شیوهٔ زندگی امریکایی تصور می‌کنند، بر خود می‌لرزند.

ریچارد پاولکو، فیلمسازی از اهالی ویلز و مخالف شیوهٔ زندگی امریکایی می‌گوید: «با قبول فرهنگ چیزبرگر نصیبمان تنها شکم‌درد خواهد بود و بس.»[۷۶] و شاید هم چیزی بیش از یک شکم‌درد.

وقتی افراد مرفه سطح بالا در کشورهای پیشرفته احساس می‌کنند که

تکنولوژی روال عادی زندگیشان را مورد تهاجم قرار داده و «همه چیز بسیار سریع اتفاق می‌افتد»، تعجبی ندارد اگر ملل کشورهای در حال توسعه احساس کنند با هجوم ارزشها و تکنولوژیهای غربی مورد تهدید واقع شده‌اند.

در ایران، جایی که مفهوم تجدد با غرب‌زدگی تداعی می‌شود، کوششهای خشونت‌باری تحت لوای مذهب برای ابراز سرخوردگی و مبارزه با نفوذ خارجی صورت می‌گیرد.

جورجی آن گِپِر روزنامه‌نویس می‌نویسد: «امپریالیسم فرهنگی از طریق رادیو و تلویزیون و توریستها و سپاهیان صلح به کشورها نفوذ می‌کند، امپریالیسم فرهنگی به نرمیِ راه‌رفتن گربه به وسیلهٔ «شیاطینی» زیر عناوین بشردوستانه از سیوسیتیَ راه می‌افتد و به کشور باستانی و آشفته‌ای چون ایران وارد می‌شود و با خود فرهنگ بیگ‌مک و حقوق زنان، تردید در اصول و تحمل عقاید دیگران را به همراه می‌آورد.»[۷۷]

جهانی شدن تلویزیون ـ برخلاف «چیزبرگر» و «جین»ـ مسأله‌ای انتقادانگیز و آشوب‌افکن است زیرا حملات تلویزیون بیش از ادبیات متوجه اصول ارزشهای عمیق ملتهاست. سرگرمی که به وسیلهٔ ابراز بیان و تصویر به کشوری صادر می‌شود برخلاف کالاهای وارداتی معمولی، مرزهای اخلاقی و قلمرو ارزشهای ملی را مورد تهدید قرار می‌دهد و مستقیماً بر آداب و سنن و خلقیات اجتماعی تأثیر می‌گذارد و نفوذش در عمق فرهنگ آن ملت به حدی است که بنیان اخلاقی و راه و رسم ملی را به لرزه می‌آورد. حربهٔ بیان مستقیماً متوجه قلب فرهنگ است.

انگلیسی، به عنوان زبانی جهانی

رواج زبان انگلیسی مهمترین عاملی است که روند جهانی شدنِ یک شیوهٔ زندگی خاص را سرعت و توسعه می‌بخشد. زبان به عنوان اَنتقال فرهنگ عمده‌ترین عامل یکسان‌سازی است. اگر قبول کنیم که زبان

انگلیسی به عنوان زبانی جهانی موقعیت ممتازی یافته است، نتیجهٔ ناگزیرش این است که فرهنگ ممالک انگلیسی‌زبان فرهنگ غالب جهانی خواهد بود.

زبان انگلیسی می‌رود که اولین زبان بین‌المللی شود. انگلیسی زبان مادری حدود ۴۰۰ میلیون نفر مردم دوازده کشور جهان است، که گرچه این تعداد بسیار کمتر از حدود هشتصد میلیون چینیی است که به زبان ماندارین تکلم می‌کنند، اما بخاطر داشته باشیم که ۴۰۰ میلیون نفر هم در بسیط جهان هستند که انگلیسی زبان دومشان است،[۷۸] باضافهٔ چندصد میلیون دیگر در شصت کشور جهان که با زبان انگلیسی آشنائی دارند و آن را زبان دیوانی یا نیمه‌دیوانی کشور خود می‌دانند. گرچه ممکن است تعداد افرادی که به لهجه‌های مختلف چینی تکلم می‌کنند نیز مانند انگلیسی‌گویان بسیار باشد ولی گستردگی زبان انگلیسی از لحاظ جغرافیایی مسلماً بیشتر است و به معنای واقعی کلمه جهانی‌تر. استعمال و کاربرد زبان انگلیسی به صورت خارق‌العاده‌ای در حال توسعه است.

امروزه حدود یک میلیارد انسان در سراسر جهان به انگلیسی صحبت می‌کنند، وچه‌بسا این‌رقم درسال۲۰۰۰از۱/۵میلیاردنیزفراتر رود.[۷۹]

زبان انگلیسی که بیش از دیگر زبانها در جهان تعلیمش رواج دارد جای دیگر زبانهای موجود را نخواهد گرفت، اما در کنار آنها به توسعه ادامه خواهد داد.[۸۰]

* ۲۵۰ میلیون چینی، یعنی بیش از کل جمعیت ایالات متحد، انگلیسی می‌آموزند.[۸۱]
* زبان انگلیسی در هشتاد و نه کشور جهان، یا زبان دوم است، یا بنحو گسترده‌ای تعلیمش رواج دارد.
* در هنگ‌کنگ، ۹ تن از هر ۱۰ محصل دبیرستانی انگلیسی می‌خواند.
* در فرانسه، دانش‌آموزان دبیرستانهای دولتی باید چهار سال

انگلیسی یا آلمانی بخوانند، و بیشتر دانش‌آموزان ـ یعنی حداقل ۸۵ درصد آنها ـ انگلیسی را انتخاب می‌کنند.
* در ژاپن شاگردان دبیرستانی باید قبل از فارغ‌التحصیل شدن شش سال انگلیسی خوانده باشند.

یادگیری یک زبان خارجی برای تمام شاگرد مدرسه‌ایهای روسی اجباری است، و اکثر آنها انگلیسی می‌خوانند. در نروژ و سوئد و دانمارک آموزش انگلیسی اجباری است. در میان ممالک اروپائی، زبان انگلیسی در هلند ـ بعد از بریتانیا ـ بالاترین متخصصان را دارد. در پرتغال نیز پس از پیوستن آن کشور به جامعهٔ اروپا استقبال از کلاسهای انگلیسی به‌جای فرانسوی مشهود است. چارلز ویک مدیر سابق آژانس اطلاعات امریکا (USIA) می‌گوید: «شوق تسلط بر زبان انگلیسی دانشجویان و جوانان و مدرسان و تجار و مأموران دولتی بیشتر کشورهای جهان را فراگرفته است.»[۸۳]

آژانس اطلاعات امریکا در ۲۰۰ مرکز فرهنگی در صد کشور جهان کلاسهای انگلیسی دارد و بیش از چهارصدهزار نفر در کلاسهایی که از طرف این آژانس تشکیل می‌شود، شرکت دارند.[۸۴]

در توکیو ۱۳۰۰ مدرسهٔ انگلیسی‌زبان دایر است و سالانه صد مدرسهٔ جدید نیز به این تعداد افزوده می‌شود.[۸۵] «برلیتز» در ۲۵۰ مدرسهٔ زبان در ۲۶ کشور جهان کلاسهای آموزش انگلیسی امریکایی و انگلیسی بریتانیایی دارد. ۸۰ تا ۹۰ درصد دانشجویان برلیتز در سراسر جهان انگلیسی می‌خوانند. در فاصلهٔ سالهای ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۸ تعداد افرادی که برای آموزش انگلیسی ثبت‌نام کردند افزایشی معادل ۸۱ درصد داشته است.[۸۶]

رسانه‌های ارتباط جمعی و حمل و نقل

زبان انگلیسی زبان غالب در مبادلات و ارتباطات عمومی است. زبان مسافرتی و ارتباطی خطوط هوایی بین‌المللی انگلیسی است. خلبانان و مراقبان امور پرواز و ترافیک هوائی در تمام فرودگاههای جهان به زبان انگلیسی صحبت می‌کنند. در ترافیک دریایی معمولاً از پرچم و علائم نوری استفاده می‌شود ولی به گفتهٔ «ورنر سیمز» از گارد ساحلی ایالات متحد «اگر کشتیها احتیاج به برقراری ارتباط شفاهی پیدا کنند، از یک زبان مشترک که غالباً انگلیسی خواهد بود، استفاده می‌کنند.»[۸۷]

پنج شبکهٔ بزرگ رادیوتلویزیونی جهانی ـسی‌بی‌اس، ان‌بی‌سی، ابی‌سی، بی‌بی‌سی و سی‌بی‌سی (کانادا)ـ از طریق برنامه‌های انگلیسی خود با ۳۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان ارتباط برقرار می‌کنند. انگلیسی، زبان فرستنده‌های تلویزیونی ماهواره‌ای نیز هست.

عصر اطلاعات

زبان عصر اطلاعات، انگلیسی است. کامپیوترها به انگلیسی با هم صحبت می‌کنند.[۸۸]

بیش از هشتاد درصد اطلاعات ذخیره شده در بیش از صد میلیون کامپیوتر در سراسر جهان به زبان انگلیسی است.[۸۹]

هشتاد و پنج درصد از مکالمات تلفنی بین‌المللی به انگلیسی برقرار می‌شود[۹۰] و همچنین است سه‌چهارم کارهای پستی و تلکس و تلگرافهای جهان.[۹۱] دستورالعملهای برنامه‌ریزی کامپیوتر و خود نرم‌افزار، اغلب منحصراً به زبان انگلیسی است.[۹۲]

روزگاری، آلمانی زبان علم بود. امروزه بیش از ۸۰ درصد نشریات علمی نخستین چاپشان به زبان انگلیسی منتشر می‌شود.[۹۳] بیش از نیمی از نشریات فصلی فنی و علمی جهان به زبان انگلیسی است.[۹۴] انگلیسی

زبان طب و الکترونیک و تکنولوژی فضایی است.

تجارت بین‌المللی

انگلیسی زبان تجارت بین‌المللی نیز هست.
وقتی یک تاجر ژاپنی قرارداد مهمی را در نقطه‌ای از اروپا امضاء می‌کند، به احتمال بسیار قوی مذاکرات مربوط به قرارداد را به زبان انگلیسی انجام داده است.
کالاهای تولیدی، نام کشور تولیدکننده‌شان را به زبان انگلیسی بر خود دارند. مثلاً روی یک کالای آلمانی، به انگلیسی می‌نویسند «ساخت آلمان»، نه به آلمانی. انگلیسی زبان انتخابی شرکتهای چندملیتی است. کمپانیهای داتسون و نیسان یادداشتها و مکاتبات بین‌المللی خود را به زبان انگلیسی می‌نویسند. در سال ۱۹۸۵، هشتاد درصد کارمندان کمپانی ژاپنی میتسوبی و شرکاء می‌توانستند به انگلیسی بخوانند و بنویسند و تکلم کنند. «تویوتا» برای کارکنانش کلاسهای انگلیسی گذاشته است. شرکت نفتی آرامکو در عربستان سعودی نیز به کارگرانش زبان انگلیسی می‌آموزد و کلاسهای انگلیسی مخصوص کارمندان بانک چیس مانهاتان در سه قارهٔ جهان دایر است.[۹۵]
زبان بین‌المللی شرکت ایوِکو (شرکت ایتالیایی سازندهٔ کامیون) انگلیسی است. کمپانی فیلیپس هلندی تمام جلسات هیئت‌مدیره‌اش را به زبان انگلیسی برگذار می‌کند. کمپانی فرانسوی کاپ جمینی سوگتی‌اس آ ـیکی از عمده‌ترین تولیدکنندگان نرم‌افزار در اروپاـ انگلیسی را به عنوان زبان رسمی شرکت برگزیده است.
حتی در فرانسه هم ـکه جز به زبان خودش به زبانهای دیگر اهمیتی نمی‌دهدـ یکی از مدارس معتبر علوم بازرگانی تمام درسهایش به انگلیسی است. مدرسهٔ عالی علوم بازرگانی، دورهٔ دو سالهٔ مدیریت

پیشرفتهٔ بازرگانی را به انگلیسی تدریس می‌کند، و این اولین باری است که یک مدرسهٔ عالی و معتبر فرانسه درسهایش را به زبانی بیگانه تدریس می‌کند.[۹۶] وقتی به دفاتر مرکزی شرکت «آلکاتل» ـدومین شبکهٔ بزرگ ارتباطات دور در دنیاـ در پاریس، تلفن می‌زنید تلفنچی جوابتان را به فرانسوی نمی‌دهد، بلکه به زبان انگلیسی می‌گوید: «آلکاتل، صبح شما به خیر». ببینید چه خبر است که حتی فرانسویها هم تسلیم شده‌اند!

دیپلماسی

انگلیسی می‌رود که جای زبانهای مسلط بر اروپای قرون گذشته را هم بگیرد. مثلاً زبان فرانسوی سابقاً زبان دیپلماسی بود، ولی اکنون انگلیسی جایش را گرفته است؛ انگلیسی، زبان رسمی سازمانهای بین‌المللی امداد ـاز قبیل اوکسفام و نجات کودکان، و همچنین سازمانهایی مثل یونسکو و ناتو و سازمان ملل متحد شده است.

زبان مشترک

انگلیسی زبان مشترک کشورهای چندزبانه است. در کشور هندوستان حدود ۲۰۰ زبان مختلف وجود دارد، و تنها ۳۰ درصد جمعیت به زبان رسمی کشور یعنی هندی صحبت می‌کنند. از این‌رو راجیو گاندی در پیامی که پس از قتل مادرش خطاب به مردم هند ایراد کرد از زبان انگلیسی استفاده نمود. در «اتحادیهٔ تجارت آزاد اروپا» فقط از زبان انگلیسی استفاده می‌شود، و این درحالیست که زبان انگلیسی، زبان اصلی هیچیک از شش کشور عضو این اتحادیه نیست.[۹۷]

زبان رسمی

انگلیسی زبان رسمی یا نیمه‌رسمی بیست کشور افریقایی از جمله سیرالئون، غنا، نیجریه، لیبریا و افریقای جنوبی است. در دانشگاه ماکِرر اوگاندا و دانشگاه نایروبی کنیا و دانشگاه دارالسلام تانزانیا، دروس به زبان انگلیسی تدریس می‌شود.

انگلیسی زبان مشترک شورای جهانی کلیساها و زبان رسمی بازیهای المپیک و مسابقات انتخاب ملکهٔ زیبایی است.[۹۸]

فرهنگ جوانان

انگلیسی زبان فرهنگ بین‌المللی جوانان است. جوانان سراسر جهان اشعار گروه «یوتو»، مایکل جکسون و ترانه‌های مادونا را حتی بدون آنکه معنی‌اش را کاملاً بفهمند می‌خوانند. اصطلاحاتی چون «برک دنس»، «رَپ میوزیک»، «بادی بیلدینگ»، «ویند سرفینگ» و «کامپیوتر هَکینگ» در مجموعهٔ اصطلاحات جوانان آلمان غربی جا گرفته است.

فراگیری زبان خارجه در ایالات متحد

آیا ظهور انگلیسی به عنوان زبان جهانی بر فراگیری زبانهای خارجه در ایالات متحد مهر پایانی خواهد زد؟ ظاهراً که اینطور نیست. زیرا که یک‌سوم دانش‌آموزان دبیرستانهای دولتی امریکا ـ یعنی حدود ۴ میلیون نفر ـ زبانهای زندهٔ خارجی می‌خوانند، و این تعداد که بالاترین رقم دانش‌آموزان زبان خارجه در طول هفتاد سال اخیر بوده است، افزایشی معادل ۲۱/۳ درصد را نسبت به سال ۱۹۸۲ نشان می‌دهد. این رقم علی‌رغم چشمگیری‌اش، شمار فزایندهٔ دانش‌آموزانی را که در مقاطع راهنمایی

نیز زبان خارجی می‌خوانند شامل نمی‌شود.[۹۹] و این در حالی است که تنها در مدارس یک ایالت ـ یعنی آرکانزاس و بخش کلمبیا ـ خواندن زبان خارجی اجباری شده است و در باقی ایالات فراگیری زبان اختیاری است.[۱۰۰] ویرجینیا، بالاترین میزان دانش‌آموزان زبان خارجه را داراست، ۴۴ درصد دانش‌آموزان دبیرستانی ویرجینیا زبان خارجه می‌خوانند.[۱۰۱]

ثبت نام امریکاییها در «برلیتز» در خلال سالهای ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷ از افزایش چشمگیر ۲۷ درصد برخوردار بود. آموزشگاههای خصوصی زبان در ایالات متحد در سال ۱۹۸۷ بیش از صد میلیون دلار درآمد داشتند. آموزش زبان می‌تواند منبع افزایش درآمدی برای کالجها نیز باشد: دانشگاه نیویورک سالانه یک میلیون دلار از کلاسهای زبان خارجه‌اش درآمد دارد.[۱۰۲]

زبان خارجی مورد علاقهٔ دانش‌آموزان نیز تغییر کرده است. در سال تحصیلی ۱۹۸۹–۱۹۸۸ حدود ۱۵۰۰ دانش‌آموز دورهٔ متوسطه در کالیفرنیا، ژاپنی می‌خواندند. دانش‌آموزان مدارس هاوایی هم به زبان ژاپنی بیش از زبانهای دیگر رغبت نشان می‌دهند.[۱۰۳]

تعداد دانشجویانی که در کالجهای امریکایی مشغول فراگیری زبان ژاپنی هستند در خلال سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۷ حدود ۱۰۳/۸ درصد افزایش یافت و به ۲۳٬۴۵۴ نفر رسید. شمار محصلان زبان چینی ۴۸/۶ درصد افزایش یافت و به ۱۶٬۸۹۱ نفر رسید؛ و شمار فراگیران زبان روسی با ۴۱/۶ درصد افزایش به ۳۳٬۹۶۱ نفر رسید.[۱۰۴]

ویلیام اف سیپولا، مدیر گروه زبان و ترجمهٔ دانشگاه نیویورک می‌گوید: «فکر می‌کنم عدهٔ بسیاری از آموزش سنتی زبانهای اروپایی به زبانهای آسیایی روی آورده‌اند.»[۱۰۵]

افزایش تعداد فراگیران زبان اسپانیایی هم گرچه نسبت به زبانهای آسیایی اندک بوده است (۸/۴ درصد) ولی هنوز هم این زبان، بیشترین تعداد دانشجویان کالجها را به خود می‌کشاند (۴۱۱٬۲۹۳ نفر). در سال ۱۹۷۰، زبان اسپانیایی از حیث تعداد دانشجویان در کالجها و دانشگاههای امریکا

جای زبان فرانسه را گرفت.[۱۰۶]

گسترش زبان انگلیسی

ژاپنیها شاید بتوانند برای ورود اجناس امریکایی محدودیتهایی اعمال کنند، ولی باید بپذیرند که نمی‌توانند هیچ سد گمرکی و محدودیتی در راه ورود زبان امریکایی ایجاد کنند. در ژاپن استفاده از کلمات انگلیسی، حتی اگر بی‌مفهوم هم باشند، رواج فراوانی دارد. مثلاً روی تی‌شرتها شعارهایی مثل «احساس کوکاکولا می‌کنم» چاپ می‌شود. زبان جپلیش (مخلوطی از ژاپنی و انگلیسی) باعث ابداع پوسترها و ساک‌دستیهای مضحکی شده است.

به گفتهٔ تیم مِیفیلد، که در کار تبلیغات است: «معنی‌دار بودن یا نبودن کلمات مهم نیست، مهم آن است که به گوش خوش‌آهنگ بیایند.»[۱۰۷]

انگلیسی در بسیاری از زبانهای دیگر نیز رخنه کرده است و باعث پیدایش اصطلاحاتی چون فرانگله (مخلوط فرانسوی و انگلیسی)، اسپانگلیش (اسپانیایی و انگلیسی)، سوانگلیسکی (انگلیسی و روسی) و هنگلیش (انگلیسی و هندی) شده است. دیپلماتهای خارجی در واشینگتن دی‌سی می‌توانند در کلاسهای محاورهٔ انگلیسی امریکایی، در مؤسسهٔ اسمیتسونین رزیدنت، شرکت کنند. آخر اگر در این کلاسها شرکت نکنند چطور می‌توانند معنی اصطلاحاتی چون «بریم یه چیزی بزنیم» را بعلاوهٔ هزاران اصطلاح امریکایی دیگر یاد بگیرند؟[۱۰۸]

ریچارد لوئیس از «لینگو آراما» پیش‌بینی می‌کند که «دیری نخواهد گذشت که تمام تحصیلکرده‌های جهان زبان انگلیسی را به عنوان زبان اول یا دوم خود انتخاب کنند. بنظر می‌رسد که سرعت گسترش زبان انگلیسی در اروپا بیش از نقاط دیگر است.»[۱۰۹]

انگلیسی، سرنوشت محتوم اروپاست. این زبان، جای زبانهای فرانسوی و آلمانی را در بین اروپائیان گرفته است. و علت این تحول

عمده هم نزدیک شدن سال موعود ۱۹۹۲ است. و تازه، این فقط شروع گرایش و تحول است. یکی از جاذبه‌های عمدهٔ زبان انگلیسی به عنوان زبان جهانی آن است که «بدحرف‌زدن» در این زبان آسان است.

آکیرا نامبارا از بانک ژاپن می‌گوید: «انگلیسی زبان بین‌المللی است، یا شاید بهتر باشد بگویم انگلیسی شکسته‌بسته زبان بین‌المللی است.»[۱۱۰]

ولی همزمان با جهانی شدن زبان انگلیسی، واکنشهایی نیز در مقابل این جهانی شدن ابراز می‌شود و ملتها بر زنده نگاه‌داشتن فرهنگ و زبان مادریشان اصرار می‌ورزند.

ناسیونالیسم فرهنگی

در همه جا از آلور استار مالزی گرفته تا سووِتوی افریقای جنوبی و شیان چین، جوانان با آغوش باز پذیرای مظاهر فرهنگ غربی‌اند. در گوشه‌گوشهٔ خیابانهای نایروبی، قاهره، بوئنوس‌آیرس و کاتماندو صدای موسیقی غربی به گوش می‌رسد. در عین حال همین صادرات انبوه فرهنگ غرب ـ بخصوص فرهنگ امریکایی ـ و گسترش زبان انگلیسی به عنوان زبانی جهانی، با عکس‌العملها و مقاومتهائی فرهنگی مواجه بوده است.

در مقابل موسیقی راک و بلوجینها و برنامه‌های تلویزیونی امریکایی، نوعی هواداری متعصبانه از زبان و فرهنگ ملی در حال ظهور است.

* زبان انگلیسی روی تابلوهای راهنمای بزرگراههای توکیو به چشم می‌خورد، ولی در ایالت فرانسوی زبان کِبک در کانادا این کار اکیداً ممنوع است و این در حالیست که کانادا رسماً کشوری دوزبانه است.
* زبان کاتالان که در دوران حکومت فرانسیسکو فرانکو غیرقانونی اعلام شده بود، در نیمه‌راه تجدید حیات است.

* در ویلز (انگلستان) پدر و مادرهایی که خودشان هرگز زبان ویلزی را فرانگرفته‌اند، فرزندانشان را به مدارسی می‌فرستند که ویلزی می‌آموزند.[۱۱۱]

در جهان سوم، تبلیغ و آموزش گستردهٔ زبان انگلیسی مورد تجدید نظر قرار گرفته است و از هم‌اکنون آموزش زبان انگلیسی در مدارس فیلیپین و مالزی و سودان محدود شده است.[۱۱۲] بیش از دوازده کشور درصدد محدود کردن استفاده از زبان انگلیسی برآمده‌اند، ولی احتمالاً شانس توفیق آنها در این راه، بیشتر از «آکادمی فرانسه» نخواهد بود، همان آکادمی‌ای که بارها برنامه‌هائی برای حفظ زبان فرانسوی از هجوم لغات خارجی و غالباً انگلیسی اعلام کرده و شکست خورده است.[۱۱۳]

ولی با همهٔ این احوال، زبان وسیلهٔ نفوذ فرهنگی است. اگر ملتی در جهان سوم احساس کند که نفوذ فرهنگی بیگانه از حدودی فراتر رفته است، و احتمال این می‌رود که ارزشهایش در معرض تهدید قرار گیرد، چه‌بسا که با سلاح حمایت از فرهنگ ملی به مقابله با این نفوذ برخیزد و در این رهگذر به شدت بر حفظ زبان و مذهبش اصرار ورزد، درست به همان شدت و حدتی که با تهییج غرور ملی با مهاجم متجاوز خارجی به مقابله برمی‌خیزد.

مسئلهٔ اسلام

نمونهٔ بارزی از ناسیونالیسم فرهنگی، انقلاب اسلامی ایران است. نیروی محرکه‌اش قاطعیت مذهبی است و هدفش دفاع از مذهب نه زبان. میلیونها مسلمان شیعهٔ پیرو آیت‌الله خمینی فقید، بار دیگر فرهنگی مذهبی بر کشور حاکم کردند و به طرد و نفی کلیهٔ تأثیرات غربی (و بخصوص امریکایی) به عنوان مغایرت با قوانین سنتی اسلام، برخاستند.

در نظر ایران، [فرهنگ] غرب و حتی تکنولوژی غربی مترادف است

با تجددمآبی و شریعت‌ستیزی و درنتیجه غیرخدایی است و حتی «شیطانی». ایران و ایالات متحد درگیر نزاعی فرهنگی شده‌اند که گاهی به خشونتهای فاجعه‌آمیزی نیز منجر شده است: ساقط شدن یک هواپیمای مسافربری ایران توسط امریکا در تابستان ۱۹۸۸ در خلیج فارس، نمونه‌هایی از این خشونتهای مرگبار است. ولی به نظر بعضیها اوج مقابلهٔ فرهنگی در میدان گستردهٔ ادبیات بوده است. جنبش اسلامی نیز مثل دیگر اشکال بنیادگرایی مذهبی منادی لزوم اجرای احکام کتاب آسمانی است (که این کتاب مقدس در اسلام قرآن مجید است). قرآن مجید حاوی آیات خداوندی است که بر پیامبرش محمد نازل شده است. هنگامی که سلمان رشدی، مسلمان سنی‌مذهبی که در مغرب‌زمین به کار و زندگی مشغول است، در داستان تخیلی‌اش به عنوان آیات شیطانی اشارات کفرآمیزی به پیامبر اسلام می‌کند، آیت‌الله خمینی خشمگینانه به پیروانش در سراسر جهان تکلیف می‌کند که نویسندهٔ کافر را به قتل برسانند.

اینجاست که ارزشهای فرهنگ غربی با مفهوم حرمت کتاب مقدس و پیامبر اسلام رودررو قرار می‌گیرند. گرچه بذر این درگیری و مقابله حداقل از ده سال قبل شروع به جوانه‌زدن کرده بود.

آیت‌الله خمینی پس از ۱۵ سال شوراندن «توده‌ها» از خارج ایران (آخرین مرحلهٔ تبعید او در حومهٔ پاریس بسر آمد)، هموطنانش را تشویق به برانداختن رژیم طرفدار امریکای شاه کرد و شاه در ژانویهٔ سال ۱۹۷۹ تبعید شد. شاه کاملاً غربی‌مآب ایران که بیشتر به نمایش ثروت و مکنت شهرت داشت تا پیروی از اصول مذهبی، جای خود را به آنتی‌تزش، یعنی آیت‌الله خمینی داد، روحانی ریش‌سفید مسنی که مورد پرستش جماعت عظیمی از دانشجویان جوان متعصب بود.

انقلاب ایران موجی از احساسات ضدامریکایی برانگیخت که نقطهٔ اوجش محاصره و تسخیر سفارتخانهٔ امریکا بود در نوامبر همان سال. انقلابیهای ایرانی، ۴۴۴ روز تمام، پنجاه و دو امریکایی را به گروگان

گرفتند. و سرانجام گروگانها در سال ۱۹۸۱ و در آستانهٔ لحظات روی کار آمدن ریگان آزاد شدند.

به گفتهٔ یکی از این گروگانها، مورهد کندی، مقامات ارشد وزارت امور خارجهٔ امریکا حیران بودند که چطور مسئلهٔ مذهب می‌تواند انگیزه‌ای شود برای برانداختن حکومت شاه و تسخیر سفارتخانه‌شان. و همین مورهد کندی نتیجه‌گیری می‌کند که: «وزارت امور خارجهٔ امریکا با همهٔ مطالعات حساس و نقشه‌های دقیق و حساب‌شده‌اش اصلاً عامل مذهب را به حساب نیاورده بود... و درنتیجه، علی‌رغم سالها تجربهٔ دستگاه سیاست خارجی امریکا، آمادگی برخورد صحیح با این جنبش مذهبی فراگیر را که آیت‌الله خمینی رهبرش بود، نداشت.»[۱۱۴]

ما بتازگی می‌خواهیم متوجه عمق ناسیونالیسم فرهنگی بشویم، اما این ناسیونالیسم فرهنگی منحصر به کشورهای جهان سوم نخواهد بود.

بطور مثال، نسل جوان و امروزی ژاپن گرایش شدیدی به پوشاک و خوراک و فرهنگ سنتی ژاپن نشان داده است. اکونومیست چاپ لندن می‌نویسد: «جوانها اشعار هایکو می‌سرایند، درست همانطوری که اجدادشان (نه والدینشان) می‌سرودند.»[۱۱۵]

در رویارویی با روند فزایندهٔ یکسان شدن، همهٔ ما خواهان حفظ هویتمان هستیم، خواه این هویت مذهبی باشد یا فرهنگی، ملی باشد یا زبانی و حتی نژادی.

ویلز

ویلزیها، کِبکیها و کاتالونیاییهایی که در اینجا از آنها صحبت می‌کنیم، نمونه‌های حی و حاضری هستند از قومیتها و نژادهائی که می‌کوشند در جهانی که سریعاً به سوی یکسانی پیش می‌رود، هویت فرهنگی‌شان را حفظ و حراست کنند.

اکنون دیگر به فراموشی سپردن این مسئله کار آسانی است که ملل

اروپایی از اقوامی نظیر فلاندری، باواریایی، پرووِنسال و آندلسی، یا کاتالونیایی و ویلزی بوده‌اند. در ویلزی که تقریباً همه به زبان انگلیسی تکلم می‌کنند، زبان ویلزی که خود اهالی آن را کیمریک می‌نامند بعد از آنکه تقریباً متروک مانده بود، بار دیگر در حال احیا شدن است. در اواخر قرن نوزدهم، هشتاد درصد اهالی به زبان ویلزی صحبت می‌کردند.[۱۱۶] در دههٔ ۱۹۳۰، این میزان به ۳۰ درصد تنزل یافت و در سال ۱۹۸۳ به ۲۰ درصد رسید.

ولی از دههٔ ۱۹۷۰ جنبش گسترده‌ای برای تجدید حیات این زبان مشاهده می‌شود:

* افراد بزرگسال در کلاسهای فشرده‌ای که پنج روز در هفته تشکیل می‌شود، ویلزی یاد می‌گیرند.
* یک نهضت ویلزی به نام «گروه بازی در مهدکودک»، به کودکان ۲/۵ تا ۵ ساله ویلزی یاد می‌دهد.
* اتحادیهٔ جوانان ویلزی که اتحادیه‌ای غیرسیاسی است و ۷۵۰ شعبه و بیش از ۴۵ هزار عضو دارد، جوانان را به یادگیری این زبان ترغیب می‌کند.[۱۱۷]

امروزه ایستگاههای رادیویی و روزنامه‌هایی به زبان ویلزی ـ از قبیل وای کیمرو و وای فانر ـ وجود دارند. و یک کانال تلویزیونی که تمام برنامه‌هایش به زبان ویلزی است نیز در سال ۱۹۸۲ شروع به کار کرده است. اِملین دیویز، مسئول برنامه‌های فرستندهٔ ویلزی زبان می‌گوید: «با جهانی‌تر شدن تلویزیون تهدیدی که متوجه زبانهای اقلیت است جدی‌تر می‌شود. پسر من سیزده ساله است و عاشق گروه راک و کوئین است. ولی مادام که با زبان ویلزی دربارهٔ کوئین حرف بزند، علاقهٔ او را خطری برای فرهنگ ملی‌اش به حساب نمی‌آورم.»[۱۱۸]

پدر و مادرهایی که می‌خواهند فرزندانشان به مدرسه‌های ویلزی ـ

زبان بروند گاهی هم به زحمت و دردسر زیادی می‌افتند، از جمله بسیاری مجبورند برای رساندن و بازگرداندن فرزندانشان روزی چهل مایل رانندگی کنند.[۱۱۹] در تقریباً ۴۰۰ مدرسهٔ ابتدایی (۲۰ درصد کل مدارس) زبان ویلزی تنها زبان یا زبان اصلی تدریس است. درحدود هزار مدرسه، زبان ویلزی را به عنوان زبان دوم تدریس می‌کنند. و تنها در ۳۴۳ مدرسه از مدارس ویلز، مطلقاً زبان ویلزی تدریس نمی‌شود.[۱۲۰]

نیمی از جمعیت ویلز در فستیوال سالانهٔ ایستدفُد که در ماه اوت تشکیل می‌شود، شرکت می‌کنند. در این فستیوال مسابقه‌هایی در زمینهٔ شعر و موسیقی و سنن ویلزی برگذار می‌شود. باد کلایف در کتاب زبان و قومیت و تحصیل در ویلز می‌نویسد: «اغلب شرکت‌کنندگان متفق‌القولند که شرکت در این فستیوال سالانه بهانه‌ای است برای تجدید هویت ویلزی‌شان.»[۱۲۱]

ایستدفد کودکان، سالانه مسابقاتی در زمینهٔ موسیقی، شعر، آواز و تئاتر در بین کودکان برگذار می‌کند. در یکی از سالها، دانش‌آموز برندهٔ مسابقه حاضر نشد به زبان انگلیسی با او مصاحبه کنند.

تجدید حیات زبان ویلزی نمایانگر این واقعیت است که ریشه‌های هویت فرهنگی و زبانی بمراتب مستحکم‌تر و قوی‌تر از شرایط سیاسی است؛ ویلز پنج قرنی است که بخشی از خاک انگلستان است نه یک ملت جداگانه. یان موریس در مسئلهٔ ویلز می‌نویسد: «ویلز یک کشور است ولی نه مستقل، پایتخت دارد ولی دولت ندارد، تمبرهای پستی مخصوصی دارد ولی فاقد پول رایج اختصاصی است، پرچم دارد ولی سفارتخانه‌ای در کشوری ندارد، زبان محلی دارد ولی فاقد قوانین و مقررات محلی است.»[۱۲۲]

در جریان رفراندومی در سال ۱۹۷۹ تنها ۲۰ درصد ویلزیهای واجد شرایط رأی به استقلال از انگلستان دادند. همانطوری که از نتیجهٔ آراء برمی‌آید، ناسیونالیسم ویلزیها بیشتر فرهنگی است تا سیاسی، و نقطهٔ

ثقل این ناسیونالیسم فرهنگی نیز، زبان است.

کِبک

۸۵ درصد از ۶/۵ میلیون جمعیت ایالت کانادایی کِبک، فرانسه صحبت می‌کنند. دهها سال است که مسئلهٔ استقلال کبک از کانادا مطرح است و در سال ۱۹۷۶ انتخاب جنبش جدایی طلب کبک برای تشکیل دولت محلی، نمایانگر پیروزی نسبی این جنبش بود، و گرچه این دولت نیز همچنان می‌بایست در مقابل دولت فدرال پاسخگو باشد. جنبش بلافاصله پس از موفقیت با تصویب لایحهٔ شمارهٔ ۱۰۱ شهروندان را موظف کرد که در محیط کار به زبان فرانسه صحبت کنند و نصب علائم تجاری به زبان انگلیسی ممنوع شد. «پلیس زبان» خاطیان از این قانون را جریمه می‌کند. این قانون همچنین مقرر کرده است که کودکان کبکی باید به مدارس فرانسوی زبان بروند مگر آنکه یکی از والدین‌شان در یکی از مدارس انگلیسی‌زبان کبک شاغل باشند.[۱۲۳]

رفراندوم سال ۱۹۸۰ برای جدایی کبک از کانادا با ۶۰ درصد مخالف در برابر ۴۰ درصد موافق شکست خورد. امروزه کبکیها به ارزیابی هزینهٔ هنگفتی مشغولند که باید برای «ناسیونالیسم زبانی» بپردازند.

در مدت هشت سالی که از تصویب قانون زبان در کبک می‌گذرد، دویست و پنجاه هزار نفر ـ‌از جمله چهارده‌هزار کارمند عالیرتبه که تقریباً همگی‌شان از جامعهٔ انگلیسی‌زبان بودند‌ـ کبک را ترک کرده‌اند، و یکی از دو روزنامهٔ انگلیسی شهر تعطیل شده است. کمپانی بیمهٔ عمر سان یکی از اولین شرکتهایی بود که از این ایالت خارج شد و دلیلش را هم صریحاً اعلام کرد: لایحهٔ زبان. بانکها و دلالان به تورنتو نقل‌مکان کردند و قیمت زمین و خانه در کبک تنزل کرد.

ناسیونالیسم کبک، کمک بزرگی است به حفظ میراث فرانسوی این ایالت: سرمایه‌گذاری فرانسه در کبک افزایش یافته است و ثبت‌نام در

دانشگاههای فرانسوی از بیست‌هزار نفر در سالهای قبل از ۱۹۶۰ به ۱۳۰٬۰۰۰ نفر در سال ۱۹۸۸ افزایش یافته است. ولی آیا این سودی که برده‌اند با مخارجی که کرده‌اند قابل مقایسه است؟

در سال ۱۹۸۷، دادگاه استیناف کبک اعلام کرد که طبق لایحهٔ شمارهٔ ۱۰۱ ایالتی تنها تابلوها و علائمی که به زبان فرانسوی است قانونی هستند. ولی در سال ۱۹۸۸ دادگاه عالی کانادا اعلام کرد که این لایحه با قانون اساسی کشور مغایرت دارد. کبکیها در تلاش یافتن راه‌حل مصالحه‌آمیزی هستند که هم مقبول دادگاه عالی افتد و هم مطبوع اکثریت فرانسوی‌زبان منطقه باشد.

در سال ۱۹۸۷ هفده شرکت به دلیل استفاده از نشانه‌ها و علائم انگلیسی و تخطی از قانون شمارهٔ ۱۰۱ جریمه شدند:

* «پلیس زبان» به صاحب فروشگاهی که تابلو «کریسمس مبارک» را به زبان انگلیسی بر سردر مغازه‌اش آویزان کرده بود، هشدار داد که یا آن را با تابلویی به زبان فرانسوی عوض کند یا پائینش بیاورد.
* یک بار، به دنبال گزارشی مبنی بر صحبت کردن دو تن از کارکنان یک رستوران سرپایی به زبان انگلیسی، فوراً مأمورانی مخفی جهت تحقیق و بررسی هرگونه تخطی احتمالی به محل اعزام شدند.
* خواربارفروشی در مونرال که به هر دو زبان انگلیسی و فرانسوی، پوسترهای تبلیغاتی نصب کرده بود مغازه‌اش با بمب آتش‌زا مورد حمله قرار گرفت.

در سال ۱۹۸۷، کبک، قانون اساسی کانادا را پذیرفت، یعنی رسماً قبول کرد که این ایالت دیگر خود را از کانادا جدا نمی‌داند. ولی حزب کبکی طرفدار حذف زبان انگلیسی و استفادهٔ همگانی از زبان فرانسه،

مشغول بازسازی و سر و سامان دادن دوباره به جنبش جدایی‌طلبی شده است.[۱۲۴]

کاتالونیا

اسپانیایی کاستیلی، زبان رسمی اسپانیاست؛ ولی نه در کاتالونیا. کاتالونیا منطقهٔ خودمختاری است با شش میلیون جمعیت که زبان کاتالان به عنوان زبان رسمی‌اش شناخته شده است. در این منطقه زبان کاتالان در نیمه‌راه تجدید حیاتی عمده است. تقریباً هفتاد درصد مردم کاتالونیا به زبان کاتالان صحبت می‌کنند و ۸۵ درصدشان نیز کاتالان را می‌فهمند. روزنامه‌ها، مجلات، کتب و آداب و رسوم سنتی کاتالان که در رژیم فرانکو سرکوب و ممنوع شده بودند اکنون دوباره در شرف جان‌گرفتن و شکوفایی‌اند.

زبان، فصل مقوم این منطقه و رکن مهم شاخصیت کاتالونیاییهاست. قرنهاست که کاتالونیا و پایتخت آن بارسلون، قلب اقتصاد اسپانیا است، زیرا ۲۰ تا ۲۵ درصد اقتصاد آن کشور را در دست دارد.[۱۲۵]

خوان بروسا، شاعر کاتالانی‌زبان می‌گوید: «فرهنگ بهترین اسلحهٔ بشر در مقابله با زور و ستم است، و من بدون زبانم فرهنگی ندارم. فرانکو و فاشیستهایش این مسئله را خیلی خوب می‌دانستند؛ آنها سعی کردند که زبانمان را از ما بگیرند، ولی شکست خوردند و اکنون این فرانکوست که مرده و از بین رفته است نه زبان کاتالان.»[۱۲۶]

* رنسانس زبانی، انگیزهٔ عمده‌ای بوده است برای روزنامه‌هایی چون آووی و مجلاتی مثل ال مون و سرادور.
* ناشرانی چون ادیسیون ۶۲، ادیتوریال امپوریس، و ادیتوریال لایا، سه کمپانی از ۷۵ عضو اتحادیهٔ ناشران کتابهای خارجی به زبان کاتالان هستند. ادیسیون ۶۲ آثار ویلیام فاکنر و گراهام گرین و

اسکات فیتزجرالد را ترجمه می‌کنند. خوانندگان مشتاق ترجمه‌های کاتالانی داستانهای علمی تخیلی و کتابهای مربوط به امور بازرگانی نیز هستند.
* لا وانگواردیا، روزنامهٔ پرتیراژ بارسلون سرمقاله‌ها را به زبان کاتالان چاپ می‌کند.
* ۲۱ ایستگاه رادیویی به زبان کاتالان برنامه پخش می‌کنند و حداقل ۳ شبکهٔ تلویزیونی نیز هر روز چندین ساعت به زبان کاتالان برنامه دارند.

ظهرهای یکشنبه مردم ناخودآگاه جلو کلیسای گوتیک بارسلون جمع می‌شوند و شبهای یکشنبه هم کاتالانها در میدان سن‌خومه گرد می‌آیند تا در رقصهای سنتی شرکت کنند.

رنسانس امروزهٔ زبان کاتالان ریشه در گذشته‌های دور دارد. کاتالانها از زمان کریستف کلمب با اسپانیا متحد بودند، ولی پس از آنکه در قرن هیجدهم استقلالشان را تسلیم فیلیپ پنجم کردند، همواره درصدد دست‌یابی به خودمختاری بیشتری بوده‌اند و در این راه، زبان به عنوان نیرویی متحدکننده عمل می‌کرده است. رنسانس ادبی دههٔ ۱۸۵۰ و ۱۸۶۰ استفاده از زبان محلی را در اشعار و در مراسم ترغیب کرد و همین امر باعث داغ‌تر شدن بازار ناسیونالیسم زبانی شد.[۱۲۷]

کاتالونیا در سال ۱۹۳۲ یعنی قبل از آنکه در جریان جنگهای داخلی اسپانیا تحت سلطهٔ رژیم فرانکو درآید، به خودمختاری سیاسی رسیده بود. ولی در دورهٔ فرانکو همهٔ نهادهای اجتماعی و سیاسی منحل شد و زبان و فرهنگ سرکوب.

در سال ۱۹۸۰، برای اولین بار در طول ۴۸ سال، کاتالونیاییها از حق انتخاب نماینده برای تشکیل مجلس دولتی خودشان ـ به نام جنرالیتات ـ برخوردار شدند. خوردی پوخول رئیس دولت کاتالان می‌گوید: «ما می‌پذیریم و حرفی نداریم که اسپانیایی هستیم، ولی اسپانیایی بودنمان با

دیگر اسپانیاییها متفاوت است. ما اسپانیایی کاتالان هستیم، دلمان می‌خواهد اسپانیایی باقی بمانیم، در عین حال می‌خواهیم که زبانمان، فرهنگمان، حقوق سیاسی سنتی‌مان و این واقعیت که ما مردمی متفاوت هستیم در اسپانیا مورد قبول قرار گیرد.»

امروزه کاتالونیا شاید بهترین نمونهٔ موازنهٔ بین فردیت و ملیت باشد، بهترین الگو برای حفظ هویت فردی و در عین حال مشارکت در امور اشتراکی. یک ضرب‌المثل قدیمی کاتالان می‌گوید: «کشوری که از زبانش دفاع می‌کند، از خودش دفاع کرده است.»

سنگاپور

در کشور تک‌شهرهٔ سنگاپور علی‌رغم شتاب بسیار برای بین‌المللی شدن، نگرانی فزاینده‌ای نیز پا گرفته است در مورد غرب‌زدگیها. از بین رفتن «ارزشهای کهن آسیایی» و رواج «حس منفعت‌طلبی شخصی به جای خیرخواهی جامعه» در بین نسل جوان، موجبات نگرانی نخست‌وزیر «لی‌کوان‌یو» را فراهم آورده است. او در یکی از سخنرانیهای اخیرش گفت: «تبدیل شدنمان به یک جامعهٔ شبه‌غربی» فاجعه‌بار خواهد بود.

و هم او بود که نهضت «صحبت به زبان ماندارین» را براه انداخت و با تقبیح استفاده از زبان انگلیسی، کوشید تا از سرعت روند غربی شدن بکاهد. از سال ۱۹۷۹، ماه اکتبر در سنگاپور «ماه زبان ماندارین» بوده است.[۱۲۸]

اتحاد جماهیر شوروی

ناسیونالیسم در اتحاد جماهیر شوروی نیز جان گرفته و رو به پیشرفت است. اتحاد جماهیر شوروی بزرگترین کشور چندملیتی دنیاست. شوروی ۱۵ جمهوری و ۱۰۴ گروه قومی و صد زبان دارد و ۱۳

قاچ زمانی ساعتی* را دربر می‌گیرد.

در عصر گلاسنوست، موجی از ناسیونالیسم کشور پهناور شوروی را فراگرفته است:

* در سال ۱۹۸۶، هنگامی که یک روس به ریاست شعبهٔ محلی حزب در قزاقستان گمارده شد، قزاقها سر به شورش برداشتند.
* در سال ۱۹۸۷ حدود هشتصد تاتار در میدان سرخ ـدر اعتراض به ترک اجباری وطنشان در کریمهـ دست به تظاهرات زدند (در دههٔ ۱۹۴۰ استالین تاتارها را به آسیای مرکزی رانده بود).
* دو جمهوری مسیحی‌نشین یعنی ارمنستان و گرجستان، شاهد تظاهرات بسیاری بوده‌اند.
* جمهوریهای قدیمی بالتیک، استونی و لتونی و لیتوانی، که تا سال ۱۹۴۰ مستقل بودند ـاعلام استقلال کرده‌اند و خلاصه تا هر جا پیش رفته‌اند جز اینکه از اتحاد شوروی اعلام جدائی کنند.[۱۲۹]

جمهوریهای بالتیک به بهانهٔ پرسترویکا، اصلاحات گورباچف را دستاویزی کرده‌اند برای ابراز احساسات ناسیونالیستی‌شان که مدتها سرکوب شده بود. در اوایل سال ۱۹۸۹ مجمع قانونگذاری استونی رأی به اعلام زبان استونیایی (که با زبان فنلاندی هم‌خانواده است) به عنوان زبان رسمی، به جای زبان روسی داد. گویی که وقایع کبک کانادا در این جمهوری شوروی تکرار می‌شود. در استونی روسها هم مجبور به فراگیری زبان محلی شدند. ولی ظاهراً قانون استونی، مختصری

* time zone: در سال ۱۹۱۱ میلادی، تنظیم زمان را بر اساس قاچهای ساعتی قرار دادند که عبارتند از ۲۴ قاچ حادث بر زمین بوسیلهٔ ۲۴ نصف‌النهار که اختلاف طول هر نصف‌النهار متوالی ۱۵ درجه است. (دایرةالمعارف فارسی).ـم.

لیبرال‌تر از قانون کبک است، زیرا استفاده از حروف ریز روسی را در گوشهٔ تابلوهای راهنمایی و تابلوهای مغازه‌ها مجاز دانسته است.

در اواخر سال ۱۹۸۹ مجلس مولداوی، زبان مولداویائی را زبان رسمی این جمهوری اعلام کرد. زبان مولداویایی درواقع یکی از لهجه‌های زبان رومانیایی است که با الفبای سیریلیک نوشته می‌شود.

جمهوریهای متعدد دیگری ـارمنستان، گرجستان، آذربایجان ـ نیز مشغول بررسی قوانینی برای جایگزین کردن زبان قومی خودشان به جای زبان روسی هستند.[۱۳۰]

ناسیونالیسم فرهنگی ریشه‌ای عمیق دارد، و وقتی مورد حمله قرار گیرد یا وقتی که موقعیت مناسبی برای ابراز وجود بیابد، شروع به جلوه‌گری و قدرت‌نمایی خواهد کرد.

شیوهٔ جهانی زندگی و حقوق بشر

والتر تروت اندرسن، نویسنده‌ای که با «پاسیفیک نیوز سرویس» همکاری می‌کند و مؤلف تجدیدنظری در لیبرالیسم، می‌گوید: «فرهنگ در حال ظهور جهانی، خوشبختانه همه‌اش هم تی‌شرت و غذای سرپایی (فَست‌فود) نیست، بلکه پذیرش فزایندهٔ اصول حقوق بشر را نیز شامل می‌شود. اصولی که دارد به صورت قانونی بدیهی در جهان جا می‌افتد. این اصول گرچه در عمل غالباً نادیده گرفته می‌شود و اغلب تنها در حرف بدان ارزش می‌دهند، ولی هرچه باشد و هر طور که با آن برخورد شود، واقعیت این است که این اصول، بیانگر حق و حقوق مسلم افراد بشر است در سراسر جهان، بیانگر اینکه اولاً آدمیزادگان بشخصه دارای چه حقوقی هستند و ثانیاً چه حقوقی را باید برای دیگران رعایت کنند.»[۱۳۱]

منشور حقوق بشر که در اوایل سال ۱۹۸۹ در وین اعلام شد به صورت هسته‌ای مرکزی درآمد برای گسترش حقوق بشر در سراسر جهان.

قطعنامهٔ جدیدی ـبه دنبال توافقهای سال ۱۹۷۵ هلسینکی- دربارهٔ حقوق بشر صادر شد و ۳۵ کشور آن را امضاء کردند و متعهد شدند که حقوقی چون آزادی اطلاعات، آزادی مذهب، آزادی اتحادیهٔ صنفی و آزادی مهاجرت را در ممالکشان تضمین کنند. اتحاد جماهیر شوروی، ایالات متحد، کانادا و تمامی ملل اروپایی (بجز آلبانی) این قطعنامه را پذیرفتند.

گرایش به سمت یک شیوهٔ زندگی جهانی و ضدگرایش به سمت حفظ هویت فرهنگی، همان سرگشتگی فلسفی قدیمی است که: چگونه می‌توان در وحدت خانواده یا جامعه، فردیت خود را حفظ کرد.

بشریت، هرچه بیشتر درمی‌یابد که ابناء بشر مجبورند روی کره خاکی واحدی در کنار یکدیگر زندگی کنند، لزوم برخورداری از میراثِ منحصر به فرد برای هر فرهنگ نیز بیشتر احساس می‌شود. طبیعی است که چشیدن طعم غذاهای دیگر ملل برایمان جالب است، پوشیدن بلوجین و لذت بردن از سرگرمیهای یکسان خوشایند است، ولی اگر این پدیدهٔ ظاهری و سطحی درصدد فرسایش ارزشهای عمیق‌تر فرهنگی برآید، مردم دوباره زیر بیرق تعصب قومی خواهند رفت و در حفظ ویژگیهای ملی خود پافشاری خواهند کرد، و این نوعی واکنش فرهنگی است. زبان و تاریخ و سنن هر ملت ویژگی خاص خود را دارد و عجبا که هرچه بیشتر رو به یکسان شدن می‌رویم، بیشتر بر حفظ ویژگیهای خود اصرار می‌ورزیم. ویلزیها، کاناداییهای فرانسوی‌زبان و کاتالانها کار غیرمعمول و خلاف قاعده‌ای نمی‌کنند، آنها پیشقراولان نهضتی جهانی‌اند، همین و بس. تمامیت فرهنگی این کشورها مدت زمانی بیش از آنچه ما تجربه کرده‌ایم ـیا داریم تجربه می‌کنیم- در معرض تهدید بوده است. نوبت ما هم خواهد رسید، ما نیز در عین حالی که به خیل پیروان شیوهٔ زندگی جهانی می‌پیوندیم، درصدد حفظ هویت فرهنگی‌مان برخواهیم آمد.

اروپای متحد سال ۱۹۹۲ با اقتصاد یکپارچه‌اش، در سالهای باقیمانده از

دهۀ ۹۰ با موجی روبرو خواهد شد برخاسته از ناسیونالیسم فرهنگی، و همین موج حفظ هویت فرهنگی است که رنسانس جهانی هنر و ادب و شعر و موسیقی و رقص را تشدید خواهد کرد.

۵

خصوصی کردن
نظام رفاه عمومی

در تاریخ معدودند رهبرانی که موفق شده‌اند واقعاً مسیر اصلی کشورشان را تغییر دهند و مارگارت تاچر یکی از این رهبران معدود است. تنها او معتقد بود که «می‌توان سیر به اصطلاح جبری تاریخ را متوقف کرد یا جهتش را تغییر داد»[1]، همو بود که توانست مسیر حرکت سوسیالیستی انگلستان را تغییر دهد.

تاچر که هرگز میل قلبی خود را به «دفن سوسیالیسم» پنهان نکرده است هدف و آرزویش این بود که انگلستان را تبدیل به مملکتی بکند که رعایایش مالک خانه‌های مسکونی خود باشند و در شرکتها و اتحادیه‌های مملکت شریک و صاحب سهم. خانم تاچر گفته بود که هدف برنامه‌های محافظه‌کاران، آماده ساختن مملکت است برای ورود به دههٔ ۱۹۹۰.

در بخشی از برنامهٔ انتخاباتی سال ۱۹۸۷ حزب محافظه‌کار آمده بود: «ما می‌خواهیم عدهٔ بیشتری از مردم را مالک خانه و صاحب سهام کنیم و بر حقوق بازنشستگی، بیش از آنچه تاکنون افزوده‌ایم بیفزاییم و سهام شرکتهای دولتی را به ملت عرضه کنیم و مردم را به مرحله‌ای از قدرت

برسانیم که شخصاً اختیار زندگیشان را در دست بگیرند.»

در سال ۱۹۷۹ کمتر از ۷ درصد مردم بریتانیا در صنایع و کارخانجات این مملکت شریک بودند و کمتر از ۵۰ درصد مالک خانه‌های مسکونی خود بودند. اکنون بیش از بیست درصد مردم بریتانیا صاحب سهام‌اند و بیش از ۶۶ درصد مالک مسکن خویش.

اهداف مارگارت تاچر بحدی مقبول انگلیسیها افتاده بود که در انتخابات پاییز ۱۹۸۷ بعد از آنکه برای سومین بار با اکثریتی قاطع به پیروزی رسید، حتی حزب کارگر انگلیس هم از برنامه‌های او استقبال کرد.

بریتانیا به عنوان یک الگو و نمونه

بین سالهای ۱۹۸۰ و ۱۹۸۸ مالکیت بیش از ۴۰ درصد صنایع دولتی بریتانیا به بخش خصوصی منتقل شد. به استناد همین تحول هم که باشد باید انگلستان را پیشاهنگ گرایش جهانی دانست در مسیر خصوصی کردن نظام رفاه عمومی.

* شانزده مؤسسهٔ دولتی، از جمله بریتیش‌تله‌کوم و بریتیش‌گاز و تراستی‌سیوینگزبانک و جاگوار و بریتیش‌ارویز خصوصی‌شد.
* بیش از ششصدهزار کارمند سابق دولت اکنون در بخش خصوصی به کار اشتغال دارند.
* به موازات خصوصی کردن مؤسسات، چهارصد هزار کارگر با شرایطی بسیار مطلوب در کارگاهها و شرکتهای محل کارشان صاحب سهام شدند.
* بیش از یک میلیون اجاره‌نشین سابق صاحب خانه شدند.
* و از برکت اجرای این برنامه‌ها بیش از یازده میلیارد دلار در خزانهٔ دولت انگلستان ذخیره شد.

مَدسِن پایری، رئیس انستیتو آدام اسمیت لندن، شرکتی غیردولتی که بسیاری از خبرگان و صاحب‌نظران امور اقتصادی را در خدمت دارد می‌گوید: «روند خصوصی‌کردن، بزرگترین واقعهٔ قرن بیستم است. حتی بزرگتر از سقوط کینزگرایی*.»[۲]

این تحول نقطهٔ عطفی بود در مسیر صدسالهٔ انگلستان به سوی نظام اشتراکی، سیر دیرینه‌ای که عمرش از سوسیالیسم اتحاد شوروی بیشتر بوده است.

برنامهٔ حزب محافظه‌کار

خانم تاچر پس از موفقیت قاطعش در انتخابات ۱۹۸۷ اعلام کرد با اتکاء به توفیقاتی که در احیای سرمایه‌گذاری و رقابت آزاد تاکنون نصیبش شده است از این پس همت و نیروی خود را صرف امحای «سوسیالیسم شهری» خواهد کرد. خانم تاچر گفت «ما اجاره‌نشینان را از قید مالکیت شهرداریها نجات خواهیم داد، و پدر و مادرها را در انتخاب مدرسه برای کودکانشان آزاد خواهیم گذاشت.» در سال ۱۹۸۷ او قول داد که رقم ۶۲ درصد خانواده‌های انگلیسی صاحب خانه را به ۷۵ درصد افزایش دهد، خدمات بهداشتی عمومی را از دولت بگیرد و به دست مردم بسپارد و ضوابط دقیق‌تری برای استفاده‌کنندگان از خدمات رفاهی دولت تعیین کند.

او گفت مهمترین وظیفهٔ دولت، بالا بردن کیفیت آموزش است؛ و مقررات جدید آموزشی، مدارس را از سیطرهٔ دولتهای محلی تحت نفوذ حزب کارگر آزاد خواهد کرد تا بتوانند به صورت مدارس دولتی مستقل به کارشان ادامه دهند.

* پیروی از نظریات جان مینارد کینز، اقتصاددان انگلیسی طرفدار سرمایه‌داری.—م.

خانم تاچر محافظه‌کار، در عین آنکه بر افزایش تعداد کانالهای تلویزیون تجارتی صحه می‌گذارد، شورایی را نیز به نام شورای نظارت بر پخش برنامه‌ها تعیین می‌کند تا از نمایش سکس و خشونت در تلویزیونها جلوگیری کنند.

اکنون ببینیم این بانوی قدرتمند، مخالفانی هم دارد یا نه؟ در سال ۱۹۸۹ در نظرسنجیهای عمومی، همان عدم رضایت معهود انگلیسیها در سنجشهای میان‌دوره‌ای از دولت وقتشان مشهود بود ولی شمار ناراضیان این سال (یعنی سه سال قبل از انتخابات عمومی ۱۹۹۲) بمراتب کمتر از ناراضیان در نظرسنجیهای قبل از انتخابات در سالهای ۱۹۸۳ و ۱۹۸۷ (که به پیروزی تاچر انجامید) بوده است. در چهارچوب حزب محافظه‌کار، تمامی اعضاء کابینه «تاچری» هستند و به قول جان بیفن یکی از وزرای سابق: «کس دیگری پیدا نمی‌کنیم که چنین سرسختانه درصدد یافتن طرقی ابتکاری برای رفع محدودیتهای اقتصادی باشد.»

تاچر گفت: «هدف ما محافظه‌کاران آن است که فرصتها و حق انتخاب وسیع‌تری در اختیار افرادی قرار دهیم که تاکنون از این مزایا محروم بوده‌اند.»[۳]

خانم تاچر تنها به برشمردن موفقیتها و تعریف از دستاوردهایش قانع نیست، او همچنان درصدد هرچه فراگیرتر کردن انقلابی است که خود پایه‌گذارش بوده است.

تاچر در پیشبرد اهدافش بسیار هم جدیت دارد. او گفت: «سومین پیروزی انتخاباتی ما تنها سرآغاز سفری است بمراتب طولانی‌تر، و من با تمام وجود احساس می‌کنم که توقف و درجازدن در نقطه‌ای که اکنون هستیم برایمان فاجعه‌آمیز خواهد بود. البته در حفظ دستاوردهایمان خواهیم کوشید ولی از ادامهٔ راه بازنخواهیم ایستاد و اصولمان را در زمینه‌هایی مناقشه‌انگیزتر نیز پیاده خواهیم کرد و جالبتر از همه اینکه اکنون هیچ حزبی جرأت ندارد علناً اظهار کند آنچه را ما به مردم داده‌ایم از آنها پس خواهد گرفت.»

تقلید حزب کارگر از تاچر

نیل کینوک، رهبر حزب کارگر با مشکل بزرگی روبروست: برنامهٔ خانم تاچر برای افزایش مالکیت خانه‌ها و خصوصی کردن صنایع دولتی مقبول بسیاری از طرفداران قدیمی حزب کارگر نیز افتاده است.

اکنون نوبت نیک کینوک است که نظرات سیاسی و برنامه‌های اقتصادی حزب کارگر را به گونه‌ای تعدیل کند که مردم نگویند بکلی دنباله‌رو سیاستهای خانم تاچر شده است.

کینوک از حزبش خواسته است تا اصول سوسیالیستی‌اش را در پرتو «واقعیتهای» نوینی که ۹ سال «سرمایه‌داری محبوب» خانم تاچر به همراه آورده است، مورد تجدید نظر قرار دهد. او می‌گوید حزب کارگر باید یکی از این دو راه را برگزیند: یا خودش را با «اقتصادی متحول و رأی‌دهندگانی متغیر» وفق دهد یا تبدیل شود به حزبی که «دائماً می‌نالد و پیام همدردی می‌فرستد.»[۴]

در سال ۱۹۸۸ حدود هشت درصد از اعضای حزب کارگر از این حزب استعفا دادند و این بزرگترین خروج دسته‌جمعی اعضا از سال ۱۹۸۱ به بعد بود.

کینوک بخوبی می‌داند که پیام سنتی حزب در نظر طبقهٔ کارگر انگلستانِ عهد تاچر چه مایه از مد افتاده و قدیمی تلقی می‌شود.

«آخرِ به یک باربر بندر که هفته‌ای چهارصد دلار درآمد دارد و صاحب خانهٔ شخصی است و اتومبیلی نو و اجاق برقی و ویدیو، به‌اضافهٔ استراحتگاهی در حوالی ماربی‌یا چه می‌توانید بگویید؟ مسلماً به او نمی‌گویید «برادر بیا از بدبختی نجاتت دهم.»

مدتهاست که دیگر حزب کارگر دربارهٔ اقتصاد دولتی تبلیغی نمی‌کند: آقای کینوک اذعان دارد که اقتصاد بازارپسند خانم تاچر، سیستمی است که می‌تواند پاسخگوی نیاز مصرف‌کنندگان باشد. حزب

مخالف بتدریج دریافته است که بسیاری از بدعتهای خانم تاچر ماندگار خواهد بود.

در یکی از کنفرانسهای حزب کارگر، قطعنامه‌ای به رأی گذاشته شد مبنی بر دولتی کردن هرچه محافظه‌کاران تاکنون خصوصی کرده‌اند یا بعد از این خصوصی خواهند کرد و این قطعنامه با دو رأی مخالف در مقابل یک موافق مورد تصویب قرار نگرفت و رد شد.

در داخل حزب کارگر بحث بر سر این مسئله که چه مقدار از بدعتهای خانم تاچر را باید رد کرد به بحثی تبدیل شده است بر سر این مسئله که چه میزان از این تحولات را باید پذیرفت. در گزارشی با عنوان «پیش به سوی آینده» که توسط کینوک تهیه شد، او اعتراف می‌کند که حزب کارگر دیگر در مورد مسائل مربوط به اقتصاد، جاذبه و اعتبارش را از دست داده است و باید با همین اسلحهٔ «علائق فردی و رفاه مادی» به مقابله با تاچریسم برخیزد.

بنظر می‌رسد رأی‌دهندگان متقاعد شده‌اند که کابینهٔ حزب کارگر متشکل از «وزرائی خواهد بود که مثل ملوانان بدمست ولخرجی می‌کنند آن هم از خزانهٔ دولت.» در سالهای آتی، حزب کارگر باید به دنبال یافتن خط‌مشی جدیدی برآید، در غیر این صورت به قول کلایو ولمن، مقاله‌نویس تایمز مالی «احتمال آن می‌رود که حزب کارگر دیگر دوباره بر سر قدرت نیاید.»[۵]

ولی توفیقهای گاه‌به‌گاه در انتخابات کم‌اهمیت (و انتخابات جامعهٔ اروپایی) حزب کارگر را فریب خواهد داد و باعث خواهد شد که این حزب، مثل حزب دموکرات امریکا خیال دستیابی دوباره به قدرت را در سر بپروراند بدون آنکه واقعاً تغییراتی در مواضع خود ایجاد کرده باشد.

دموکراسی صاحبان سهام

خانم تاچر گفته است که توسعهٔ سهامداری یکی از آن دستاوردهایی است که او بدان می‌بالد. خوب، باید هم به آن ببالد چرا که این عمده‌ترین بخش برنامه‌های اوست و هم این بخش از برنامه‌هاست که بیشترین تحولات را ببار آورده است.

در خلال سالهای ۱۹۷۹ و ۱۹۸۹، شمار افرادی که در بریتانیا صاحب سهم بودند از ۷ درصد جمعیت بالغ به ۲۰ درصد جمعیت بالغ این کشور رسید. بسیاری همزمان با خصوصی شدن شرکتهای معظمی چون بریتیش تله‌کوم، بریتیش گاز و بعداً بریتیش اِرویز شروع به خرید سهام کردند. سیزده فروشگاه سازمان فرودگاههای بریتانیا و ۱۰ سازمان آبهای کشوری انگلستان و ویلز نیز بزودی سهامشان را به معرض فروش خواهند گذاشت. دارایی سازمان آبهای کشوری به تنهایی ۴۷ میلیارد دلار ارزش دارد.

وقتی سهام بریتیش تله‌کوم به فروش می‌رسید، جنبش اتحادیهٔ کارگری از کارگران بریتیش تله‌کوم خواست که از خرید سهام خودداری کنند، ولی ۹۶ درصد آنها سهم خریدند.

یکی از بزرگترین موفقیتهای برنامهٔ خصوصی کردن خانم تاچر، ماجرای فروش سهام کنسرسیوم ملی حمل و نقل (NFC) بود که در زمان ارائهٔ سهام حدود ده‌هزار کارگر NFC سهم خریداری کردند، و اکنون بیش از ۲۷٬۰۰۰ کارگر، یعنی تقریباً کل نیروی کار این کنسرسیوم سهام‌دار هستند و ارزش سهام، ۴۷ برابر ارزش اولیه‌اش می‌باشد. از زمانی که این کنسرسیوم در سال ۱۹۸۲ سهامش را به کارمندان و بازنشستگان نیز عرضه کرد، سود غیرخالص آن ۹ برابر شد و اعتبارش در نزد مشتریان چندبرابر. سر جان اگان، رئیس شرکت جاگوار که در سال ۱۹۸۴ خصوصی شد، می‌گوید: «وقتی شرکت حمل و نقل ملی دولتی بود،

وضع وحشتناکی داشت، دلالان ما می‌بایست برای اطمینان حاصل کردن از رسیدن کالا به مقصد به راننده‌ها رشوه بدهند، ولی حالا وضع خیلی فرق کرده و روبراه شده است.»[۶]

مشتاق‌ترین طرفداران روند خصوصی کردن، مدیران کمپانیهایی هستند که سابقاً دولتی بودند. چرا که پس از خصوصی شدن شرکتهایشان از شرّ نظام سختگیرانه‌ای که باعث می‌شد مدام دولت در کارشان دخالت کند، خلاص شده‌اند، آخر این دخالتها آنها را وادار به پاره‌ای ملاحظات سیاسی یا اجتماعی و یا اقتصادی می‌کرد که نه‌تنها ربطی به اهداف تجاری‌شان نداشت بلکه گاه با این اهداف متناقض نیز بود.

در سال ۱۹۸۸ انگلستان با تجربهٔ بی‌سابقه‌ای روبرو شد و آن اینکه برای اولین بار در تاریخ این کشور، میزان سهام شهروندان انگلیسی بیشتر از سهام اعضاء اتحادیه‌های کارگری بود.

مراحل خصوصی کردن سازمان آب و برق کشور هم در مجلس این کشور تحت بررسی است. حوزه‌های دیگری که بالقوه خصوصی خواهند شد شامل جنگلداری، زندانها، فولاد و صنایع زغال‌سنگ و پست هستند. مدسن پایری حتی پیش‌بینی می‌کند که اراضی بایر دولتی نیز برای فروش عرضه شوند. فروش این اراضی با در نظر گرفتن قیمت تخمینی‌شان که حدود ۳۳۶ میلیارد دلار است، در صورت فروش سالانه ۷/۵ میلیارد دلار، روند خصوصی شدن را تا چهل سال دیگر تداوم خواهد بخشید.

در کنفرانس اکتبر سال ۱۹۸۸ حزب محافظه‌کار، وزیر انرژی، سسیل پارکینسون خواستار موافقت پارلمان با خصوصی کردن صنعت زغال‌سنگ شد. او در مقابل ابراز احساسات حضار گفت «تغییر از آن زمانی که رهبران معدنچیان «فکر» می‌کردند که مالک دولت هستند، به روزی که هر معدنچی بخشی از معدنی را که در آن کار می‌کند صاحب باشد؛ این است تحول، این است انقلاب انگلیسی.»

پیش به سوی سال ۲۰۰۰

تا ماه مهٔ سال ۱۹۸۹، مارگارت تاچر، بقال‌زاده‌ای که اولین نخست‌وزیر زن در تاریخ انگلستان شد، به توفیق تازه‌ای نیز دست یافته است: او بیش از هر نخست‌وزیر دیگر انگلستان در قرن حاضر چند بار متوالی به نخست‌وزیری برگزیده شده است.

در دوران زمامداری او، انگلیسیهای بیشتری ثروتمندتر شدند. متوسط درآمد حقیقی، بیش از یک‌سوم افزایش یافته است، حال آنکه در دههٔ ۷۰ و در طول زمامداری حزب کارگر متوسط درآمد حقیقی ثابت مانده بود. تعداد افرادی که برای اولین بار، و در جریان خصوصی کردن مؤسسات دولتی صاحب سهم شده بودند، سه‌برابر شد و به هشت میلیون رسید. دوسوم انگلیسیها مالك خانه‌های مسکونی‌شان هستند که تعداد مالکین نسبت به سال ۱۹۸۰، پنجاه درصد افزایش یافته است. نرخ بیکاری از بالاترین سطح ثبت‌شده، یعنی ۱۳ درصد در سال ۱۹۸۹ برای هفت سال پیاپی در حداقل یعنی ۶/۳ درصد بود.

اگر بنا باشد تاچر چهارمین دورهٔ نخست‌وزیری را به انجام برساند، در پایان دورهٔ چهارم، ۷۲ ساله خواهد بود و در آن صورت سر رابرت والپول که از سال ۱۷۲۱ تا ۱۷۴۲ نخست‌وزیر انگلستان بود، تنها سه سال از خانم تاچر بیشتر بر مسند قدرت بوده است، وانگهی در پایان دورهٔ چهارم خانم تاچر جوان‌تر از وینستون چرچیل در زمان تصدی نخست‌وزیری خواهد بود.

روند جهانی خصوصی کردن

در جهان، کلید تغییر شکل دادن سوسیالیسم و نظام رفاه عمومی، همان شیوه‌ای است که در انگلستان با موفقیت روبرو شد و آن، همانا

خصوصی کردن مؤسسات دولتی و مالکیت خصوصی سهام خواهد بود.

چیزی حدود ۱۰۰ کشور دیگر ـاز شیلی گرفته تا ترکیه، و از برزیل تا بنگلادش ـ روند کاهش مالکیتهای دولتی را آغاز کرده‌اند. و دولتها، از ایتالیا گرفته تا تانزانیا، مشغول فروش مؤسسات دولتی به مالکین خصوصی هستند، و در این راستا، دولتها انگیزه‌های متفاوتی دارند. برخی به دلایل سیاسی دست به این کار می‌زنند و برخی دیگر صرفاً به منظور کمک به خزانهٔ دولتی.

* نیجریه قصد دارد سهام و دارایی دولتی‌اش را در ۱۶۰ بانک، کارخانهٔ شراب‌سازی و شرکتهای بیمهٔ دولتی و همچنین شرکت برق دولتی به‌فروش برساند.
* ترکیه قصد دارد که ۲۶۳ شرکت دولتی در این کشور را خصوصی کند.
* پاکستان بیش از ۲۰۰۰ کارخانهٔ پنبه‌ریسی و برنج و آرد را خصوصی کرده است. در سال ۱۹۹۰ دولت بینظیربوتو برخی شرکتهای بزرگ دولتی از جمله خطوط هوایی بین‌المللی پاکستان (پی‌آی‌ا) را به بخش خصوصی خواهد فروخت.
* دولت جدید آرژانتین «خصوصی کردن» را محور اصلی اصلاحات اقتصادی خود قرار داده است: «ENTel» شرکت دولتی مخابرات آرژانتین در ژوئن سال ۱۹۹۰ به فروش می‌رسد.
* دولت مکزیک شرکتهای دولتی را از ۱۱۰۰ واحد در سال ۱۹۸۲ به کمتر از ۷۰۰ واحد کاهش داده است. این دولت هتلهای زنجیره‌ای پنج‌ستارهٔ ناسیونال را فروخته است و با فروش کمپانیهای اتومبیلسازی Renault de Mexico و Vehiculos Automotres Mexicanos، خودش را از صنایع اتومبیلسازی کشور نیز کنار کشیده است. در ماه مهٔ سال ۱۹۸۹ مکزیک اعلام کرد که

سهم عمدهٔ خود را در یکی از عمده‌ترین خطوط هوایی کشور «مکزیکانا»، به مکزیکیها و یا سرمایه‌گذاران خارجی عرضه خواهد کرد. فروش کمپانی دولتی تلفن نیز در مرحلهٔ بعد است.

* کُرازان آکینو بلافاصله پس از تصدی قدرت در فیلیپین اعلام کرد که خواستار فروش کمپانیهای دولتیی است که نگاهداریشان یا غیرضروری است و یا مغایر با مصلحت دولت، و گفت که «دولت باید از تجارت کنار بکشد و هرچه زودتر بهتر.»[7]

* ایالت کبک کانادا هم وزیری مخصوص رسیدگی به امور خصوصی کردن مؤسسات دولتی دارد.

ملل سهامدار

در انگلستان، خصوصی کردن را «سرمایه‌داری مقبول» نامیده‌اند. بخشی از یکی از بیانیه‌های حزب محافظه‌کار از این قرار است: «ما مصمم هستیم که تمامی ملت را صاحب سهم بکنیم و کاری کنیم که مالکیت سهام از انحصار معدودی از مابهتران درآید و مثل اتومبیل و تلویزیون و ماشین لباسشویی و یا بسربردن تعطیلات در خارج از کشور، در اختیار همگان باشد.»

دموکراسیهای اروپای غربی هم ظاهراً مصمم هستند که به صورت «ملل سهامدار» درآیند. مثلاً در فرانسه، شعار سهامداران خصوصی از پایان سال ۱۹۸۶، زمانی که اولین کمپانی دولتی، یعنی شرکت شیشه‌گری سن گابلن خصوصی شد، سه‌برابر شده است.

امروزه در «بورس پاریس» هشتاد درصد معاملات توسط سهامداران خصوصی انجام می‌شود. در سه سالهٔ اخیر ۱۲۸ کمپانی ـ با مجموع سرمایه‌ای به ارزش ۲۰/۴ میلیارد دلار و با بیش از سیصدهزار کارمند به بخش خصوصی منتقل شده‌اند. حراج بانک بازرگانی پاری با ۳/۸۱ میلیون خریدار را جذب خود کرد.

سوسیالیستها که در سال ۱۹۸۸ دوباره قدرت گرفتند، هیچیک از کمپانیهای خصوصی شده را دولتی نکردند.

در پرتغال، در انتخابات ژوئیهٔ سال ۱۹۸۷، آنیبال کاواکو سیلوا، به چشمگیرترین پیروزیهای تاریخ پرتغال نائل آمد. برنامهٔ او این بود: عقب‌گردی در مسیر دولتی‌کردنهای دههٔ ۱۹۷۰. او بلافاصله برنامه‌هایی اعلام کرد برای خصوصی کردن کارخانجات آبجوسازی دولتی، یک کارخانهٔ دخانیات و کارخانه‌های سیمان و کاغذ و نیز بانکها.

موانع و مشکلاتی حقوقی بر سر راه نخست‌وزیر قرار داشت: قانون اساسی سال ۱۹۷۶ که ملهم از تمایلات کمونیستی بود، هرگونه تغییری در مالکیت شرکتهای دولتی شده را به هر نحوی ممنوع کرده بود. اما سلیقه و تمایل عمومی در پرتغال امروزه در جهت خصوصی کردن مالکیتها و توسعهٔ سرمایه‌گذاریهای خصوصی است. نخست‌وزیر معتقد است سرمایه‌گذاران و تجار جوان «روشهای متنوعی دارند، و قوهٔ خلاقیت و ابتکار بیشتری. مرد خطر کردنند، نمی‌خواهند در انتظار کمکهای دولتی بمانند و سوبسیدهائی که مشکلی را حل نمی‌کند.»[۸]

هلند، در سراسر جهان به داشتن دولتی دست و دلباز در تأمین رفاه عمومی معروف است ولی نخست‌وزیر جدید این کشور، با تغییر این شیوهٔ سنتی، محبوبیتی در بین خاص و عام کسب کرده است. رود لوبرس ۴۲ ساله، جوان‌ترین نخست‌وزیر تاریخ هلند است و اولین نخست‌وزیری که به کاستن کمکهای دولتی و کاهش از هزینه‌های دولت و جبران کمبود بودجهٔ کشور و سر و سامان دادن به مالیاتها به نحوی همزمان اقدام کرد. حتی ماهانهٔ مستمری‌بگیران هم قطع شد. وی در سال ۱۹۸۶ برای دومین بار به نخست‌وزیری رسید و این ظاهراً نتیجهٔ موج حرکت محافظه‌کارانه‌ای است که اروپای غربی را فراگرفته است. در سال ۱۹۸۹ نیز او بار دیگر در انتخابات پیروز شد و شمار کرسیهای اعضای حزبش در پارلمان هلند هم فزونی گرفت.

این نخست‌وزیر هلندی معتقد است که تنها راه تدارک بودجه برای

تأمین رفاه عمومی ـ‌که روزبروز هم هزینه‌اش سنگین‌تر می‌شود ـ چشمپوشی از حمایتهای دولتی است و پناه بردن به چتر حمایتی «جامعه‌ای دلسوز» ـ‌جامعه‌ای که در آن، افراد مسئولیت بیشتری برای تأمین خدمات اجتماعی به عهده گیرند و بدین ترتیب تا حدودی موجبات رهایی دولتی را که در تنگنای مالی قرار گرفته است فراهم آورند. او گفت «در سالهائی که از نظر مالی اوضاعمان خوب بود، رسم بر این شد که دولت برای همه چیز سوبسیدی ـ‌حتی صددرصد ـ بپردازد و من فکر می‌کنم که ما در این مسیر کمی تند رفته‌ایم.»[۹]

در سال ۱۹۸۶، دولت ترکیه برنامه‌هائی برای خصوصی کردن تمامی ۲۶۳ شرکت دولتی اعلام کرد. نخست‌وزیر تورگوت اوزال که از دیرباز وعده داده بود با برنامه‌هایش «اقتصاد و سیمای اجتماعی ترکیه را دیگرگون خواهیم کرد» و «خواهیم کوشید خود را به سطح کشورهای پیشرفتهٔ غربی برسانیم» اعلام کرد «از حالا به بعد، مردم به جای دولت نقش اساسی را در صنعت و خدمات ایفا خواهند کرد.»[۱۰]

سهام شرکتهای دولتی در وهلهٔ اول به مستخدمین دولت، سپس به مردمی که در حوزهٔ عمل شرکتها سکونت دارند و دست آخر به کارگران ترکی که در خارج از ترکیه مشغولند، عرضه می‌شود. و اگر سهمی باقی بماند، از طریق بازار بورس استانبول که در سال ۱۹۸۶ افتتاح شد به سرمایه‌گذاران خارجی واگذار خواهد شد.

موج تمایل به خصوصی کردن، کانادا را هم فراگرفته است. دولت کانادا، سهام دو کمپانی هواپیماسازی و یک کمپانی ارتباطات راه دور و عمدهٔ سهام خطوط هوایی کانادا را فروخته است و اکنون مشغول بررسی برای فروش سهام شرکت نفت کاناداست.

ایالت کبک در زمینهٔ فروش سهام شرکتهای دولتی از همه پیشروتر بوده است. از سال ۱۹۸۶، دولت لیبرال نخست‌وزیر رابرت بوراسا، در کبک، یک شرکت هواپیمایی، یک کارخانهٔ تصفیهٔ نیشکر، یک کارخانهٔ فرآورده‌های ماهی، و یک معدن طلا را فروخته است و همچنین بیش از

پنجاه درصد سهامش در یک شرکت بزرگ فرآورده‌های جنگی را که بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار بود.

پیر فورتیه، وزیر «خصوصی کردن» کبک می‌گوید: «ما دیگر نمی‌خواهیم دولت مثل گذشته در سرمایه‌گذاریها دخالت داشته باشد، ما می‌خواهیم دولت به جای آنکه مستقیماً به سرمایه‌گذاری و تجارت پردازد مدد مؤثری باشد برای پیشرفت کارها.»[11]

شیلی بیشتر از دیگر کشورهای امریکای لاتین از جریان خصوصی کردن استقبال کرده است و دلیل این امر هم پیوندهای نزدیک این کشور است با «مکتب اقتصادی شیکاگو» که به طرفداری از بازار آزاد شهرت دارد. در خلال سالهای ۱۹۷۳ تا ۱۹۷۵ تعداد ۳۵۰ شرکت کوچک و متوسط به صاحبان اولیه‌شان بازگردانده شد. حدود صد بانک و شرکتهای دیگر به ارزش ۹۱۶ میلیون دلار نیز در بین سالهای ۱۹۷۵ و ۱۹۸۳ به مردم فروخته شد. و در سالهای ۸۷-۱۹۸۶ رقمی معادل ۵۰۰ میلیون دلار از فروش سهام ۲۳ شرکت حاصل شد؛ که از آن جمله بود: کمپانی ارتباطات راه دور، شرکت ملی تلفن (سی‌تی‌سی)، شرکت برق اندسا، شرکت کامپیوتر اکوم و «لن شیل» (یکی از دو خطوط هواپیمایی ملی).

شیلی ۶۵ درصد یک کمپانی استخراج نیترات، ۴۹ درصد یک نیروگاه برق و یک آزمایشگاه شیمیائی و پزشکی و صددرصد کارخانه‌های تولید برق شهرهای عمدهٔ سانتیاگو و والپارزو را به فروش رسانده است. در سال ۱۹۸۷، دولت شیلی فروش صددرصد شرکت پاسیفیک استیل را به انجام رساند. پاسیفیک استیل یکی از بزرگترین کمپانیهای شیلی بود که عملیات تولید فولاد و استخراج آهن را در اختیار داشت. میزان فروش محصولات این شرکت در سال ۱۹۸۶ معادل ۳۱۹ میلیون دلار بود که ۱۲۰ میلیون دلارش به ژاپن صادر می‌شد. حدود ۹٬۰۰۰ نفر در پاسیفیک استیل سهام خریدند که چهارهزار نفرشان از مجموع ۶٬۵۰۰ نفر کارکنان کمپانی بودند. شرکت برای تشویق کارکنان

به خرید سهم وام در اختیارشان گذاشت. خورخه بوگونو مدیر فروش شعبهٔ مربوط به معادن می‌گوید که در ابتدای کار جلب توجه و علاقهٔ کارکنان کارخانه و معدنچیان به خرید سهام کار دشواری بود ولی وقتی که دیدند قیمت سهام بالا رفت و سود سهامی که پرداخت می‌شود معادل دو ماه حقوق کارگران است، یکباره هجوم آوردند.

استقبال عمومی افریقائیان از خصوصی کردن

کشورهای افریقایی پس از نجات از قدرتهای استعماری اروپا عموماً اقدام به دولتی کردن شرکتها و تأسیس کمپانیهای دولتی کردند، اما اکنون عقب‌گرد کرده‌اند، دیگر جریان «دولتی کردن» از مد افتاده است و تب خصوصی کردن فراگیر شده است.

* نیجریه مشغول ترتیب برنامه‌ای است برای فروش سهامش در ۱۶۰ بانک و کارخانه‌های آبجوسازی و کمپانیهای نیمه‌دولتی.
* کنیا می‌خواهد از سرمایه‌گذاریهای دولت در بیش از ۴۰۰ شرکتی که کلاً یا بعضاً دولتی هستند بکاهد.
* موزامبیک مارکسیست بیش از ۲۰ کارخانهٔ صنعتی را از سال ۱۹۸۵ به این طرف خصوصی کرده است.
* تانزانیا که زمانی الگوی سوسیالیسم افریقایی بود اکنون برای ادارهٔ امور هتلهای دولتی و شکارگاهها به دنبال مدیران خارجی می‌گردد.
* احزاب لنینیستی که دولتهای آنگولا و بنین و کنگو را اداره می‌کردند اکنون آماده‌اند تا کمپانیهای زیان‌ده دولتی را به فروش برسانند. آنگولا می‌خواهد معادن و صنایع ماهیگیری و کمپانیهای ساختمانی دولتی را خصوصی کند.
* توگو در سال ۱۹۸۸ دست به خصوصی کردن ۱۸ شرکت زد.

این کشور افریقای غربی، اولین کشوری بود که رو به خصوصی کردن آورد و تاکنون از دیگر کشورهای قاره، در این مورد جلوتر است. کوفی جوندو، وزیر صنایع و بازرگانی توگو می‌گوید: «ما تصمیم گرفته‌ایم اقتصادی کاملاً آزاد داشته باشیم، دولت دیگر حتی یک فرانک هم در کمپانیهای دولتی سرمایه‌گذاری نمی‌کند.»[۱۲]

در دهۀ ۱۹۸۰، حدود ۵ درصدی از شرکتهای دولتی افریقایی خصوصی شدند، ولی هنوز راه زیادی تا خصوصی شدن همۀ این شرکتها باقیست. احتمال می‌رود که روند «خصوصی شدن» در بسیاری از کشورهای افریقایی به دلیل کمبود سرمایه و افراد متخصص بومی و دیگر موانع سیاسی و اقتصادی همچنان کند و محدود باشد.

ولی قدر مسلم این که بالاخره این روند آغاز شده است. در چند سالۀ اخیر، کشورهای افریقایی از برنامه‌ریزیهای متمرکز و نظارت دولتی روی گردانده‌اند. همچنان که تجاربشان در امر «خصوصی کردن» افزایش می‌یابد و آوازۀ توفیقهای حاصل از این تجارب در همه جا می‌پیچد کشورهای بیشتری درصدد بکارگیری این روند (خصوصی کردن) برخواهند آمد.

ایالات متحد امریکا و «خصوصی کردن»

ایالات متحد هم اقدام به فروش چند تائی از خطوط آهن کرده است، ولی فعالیتش در مقولۀ «خصوصی کردن» جلوۀ چندانی نداشته است. دلیلش هم معلوم است، زیرا این کشور کمپانیها و شرکتهای دولتی‌شده‌ای نداشت که اقدام به فروش سهامشان کند. با اینهمه، در سطح دولتی و ایالتی، گرایش به خصوصی کردن امور شدیداً ادامه دارد: در اواسط سال ۱۹۸۹ سی شش درصد ایالات برای جمع‌آوری زباله و تعمیر

خیابانهایشان از مقاطعه‌کاران خصوصی استفاده کردند. یکی از تازه‌ترین جلوه‌های این گرایش، به مقاطعه گذاشتن ادارهٔ زندانهاست.

در سطح دولت فدرال هم زمزمه‌های خصوصی کردن «دستگاه پست» و سیستم «تأمین اجتماعی» آغاز شده و حداقل راهی برای رقابت بخش خصوصی در این زمینه گشوده گشته است.

یکی از حامیان پر و پاقرص سیستم خصوصی «تأمین اجتماعی»، پیتر فرارا است. او یکی از اعضاء دفتر سیاست‌گذاری کاخ سفید در طول اولین دورهٔ ریاست‌جمهوری ریگان بود و اکنون هم برای دو مؤسسهٔ تحقیقاتی محافظه‌کار یعنی کاتو و هریتج فاندیشن مقالاتی در مقولات تأمین اجتماعی می‌نویسد.

با توجه به اینکه دستگاههائی از قبیل سرویس اعانات ملی، بیمهٔ از کار افتادگی، بیمهٔ درمانی و دیگر سازمانهای مشابه می‌توانند همان خدماتی را عرضه دارند که سازمان تأمین اجتماعی برعهده دارد، فرارا می‌پرسد «چرا به کارگران اجازه داده نمی‌شود که به جای استفاده از خدمات سازمان تأمین اجتماعی» در میان این سازمانهای خصوصی یکی را انتخاب و از خدماتش استفاده کنند. امروزه این سؤال بیش از سال ۱۹۴۹ مطرح و قابل توجه است، زیرا در آن سال حداکثر حق بیمه‌ای که بابت تأمین اجتماعی پرداخت می‌شد سالانه ۶۰ دلار بود، و در سال ۱۹۵۸ مبلغ ۱۵۸ دلار و در سال ۱۹۶۵ به میزان ۳۴۸ دلار، ولی امروزه سالانه ۳۶۰۰ دلار شده است.

مجبور کردن کارگران به پرداخت حق بیمهٔ تأمین اجتماعی به عقیدهٔ فرارا «اعمال محدودیتی سنگین است بر آزادی کارگران در مورد حق خرج کردن درآمد خود به نحوی که دلخواهشان است.» او همچنین گله دارد که مقررات تأمین اجتماعی «یک انحصار تحمیلی گسترده و قلدرمآبانهٔ دولتی است.» حال آنکه چیزی که باید جانشین آن بشود عبارت است از «سازمان مالی غیردولتی که بوسیلهٔ مردم تأسیس شده است و می‌تواند مناسب بازار آزادِ غیردولتی نامتمرکزِ رقابت‌پذیرِ قابل تحولی باشد.» از آن گذشته فرارا شک دارد که کارگران جوان امروزه

بتوانند روزی از مزایای موعود تأمین اجتماعی بهره‌مند شوند. او می‌گوید به فرض آنکه این مزایا روزی شامل حال آنها شود، چه معلوم که دریافتی‌شان با افزایش ۵۰ تا ۱۵۰ درصد نرخ مالیاتها مواجه نگردد. در این صورت مالیات حقوق و دستمزد کارگر و کارفرما به ۳۵ درصد افزایش می‌یابد و این در مقایسه با ۱۴ درصد امروز مبلغ زیادی است.

فرارا می‌گوید «مقرراتی که برای نسل آینده، نسل نوین قرن بیست و یکم وضع می‌شود، ضرورت دارد که تازگیها و تفاوتهایی داشته باشد.» فرارا معتقد است که افراد مسن‌تر باید از مزایای تأمین اجتماعی موجود بهره‌مند شوند ولی جوان‌ترها باید در انتخاب راه خود آزاد باشند (مثلاً آزادانه بتوانند برای درآمد دوران بازنشستگی خود برنامه‌ریزی کنند.)[۱۳] این جزئی از مشخصات بازار آزادِ رو به گسترش جهانی است که مردم در مسائل اقتصادیشان آزاد باشند و دخالتهای دولت در این زمینه کمتر شود.

خصوصی کردن خدمات پستی

انحصار دولت ایالات متحد بر خدمات پستی نوعی اشتباه اقتصادی است در عدم تشخیص واقعیات زمانه، و این انحصار عمری طولانی نخواهد داشت.

دستمزد کارکنان پست ۴۰ درصد از دستمزد متوسط کارگران امریکا بالاتر است. خدمات پستی کُند و غیرقابل اعتماد است، ۹ درصد محمولات پستی درجهٔ سه هرگز به مقصد نمی‌رسد و بیش از ۸۰ درصد مرسولات درجهٔ ۲ دیرتر از موعد می‌رسد. و درعوض شمار کارکنان پست از سال ۱۹۸۱ به بیش از ۱۰۰ هزار نفر افزایش یافته است. قیمت تمبرهای پست درجهٔ ۱ نیز همچنان رو به افزایش است ـ از شش سنت در سال ۱۹۷۰ به ۲۵ سنت در سال ۱۹۸۸ رسید و این افزایش قیمت بیش از دوبرابر نرخ تورم در دو دههٔ گذشته بوده است.

حقیقتی که شاید چندان هم بر همگان آشکار نیست این است که خود «ادارهٔ پست» با جدیت مشغول «خصوصی کردن» وظایف خویش است. اکنون بیش از ۱۰ درصد اعتبارات این اداره به جیب مقاطعه‌کاران خصوصی می‌رود برای خدماتی از قبیل ترتیب و حمل و توزیع مرسولات پستی. کمیسیون خصوصی کردن پرزیدنت ریگان در سال ۱۹۸۸ پیشنهاد کرد که دولت فدرال، Amtrak و «پست» را به معرض فروش بگذارد.

وقتی میزان کاری را که پیکهای خصوصی همچون فدرال اکسپرس و یونایتد پارسل سرویس و یا ماشینهای فاکس و پست الکترونیکی انجام می‌دهند، در نظر بگیریم بدین نتیجهٔ قطعی می‌رسیم که پست ایالات متحد هم‌اکنون در نیمه‌راه خصوصی شدن است.

خصوصی کردن بیمهٔ بیکاری

دو نویسندهٔ بریتانیایی ایجاد تغییری در تصویر خصوصی کردن را پیشنهاد کرده بودند، مایکل بینستاک از مدرسهٔ بازرگانی لندن و والری براس، درصدد برآمده‌اند تا بیمهٔ بیکاری را به شیوهٔ جدیدی فرموله کنند و این ابتکار در کتابی تحت عنوان بیمه برای بیکاری مطرح شده است. آنها در این کتاب استدلال می‌کنند که مبلغ حق بیمهٔ بیکاری باید نسبت مستقیمی داشته باشد با احتمال بیکار شدن. مبلغی که شما بابت بیمهٔ عمر یا بیمه کردن خانهٔ خودتان می‌پردازید بستگی دارد به احتمال خطراتی که آن را تهدید می‌کند؛ پس چرا نباید همین مسئله در مورد شغلتان هم صدق کند؟ در حال حاضر یک حسابدار که شغلش چندان در خطر از دست‌رفتن نیست بابت بیمه همان درصدی را می‌پردازد که فلان کارگر ساختمانی یا فولادسازی که احتمال از دست دادن کارشان بمراتب بیشتر است حال آنکه با خصوصی کردن بیمه‌ها، فرد آزاد است که به میل و انتخاب خود حق بیمه بپردازد و کمپانیهای بیمه نیز در نتیجهٔ رقابت با هم،

خدماتی بمراتب ارزان‌تر و بهتر از مؤسسات دولتی ارائه می‌دهند.
درست است که این برنامه مشکلاتی نیز دارد ولی این مسئله نمی‌تواند در شوق روزافزونی که بر همهٔ شؤون ما برای رسیدن به اقتصاد آزاد غلبه کرده است، تزلزلی ایجاد کند.
نظریهٔ خصوصی کردن در روزگار ما تجدید حیات کرده است و جانی دیگر گرفته و موج دولتی‌کردنهای ایام بعد از جنگ فروکش کرده است.

رونق بازار در ایتالیا

ایتالیا در طول یک دهه، سالانه بیش از صدهزار شغل صنعتی را از دست داده است. همزمان با اتوماتیک شدن کارخانجات و رونقِ بخش خدمات، تعداد کارگران یقه‌آبی روزگار گذشته که هواخواه کمونیستها بودند رو به کاهش گذاشته است و اکنون کارخانه‌های غیرعمده‌ای با صد کارگر یا کمتر، حدود دوسوم کارگران صنعتی را در استخدام خود دارند و این مشکلاتی را در سرراه حزب‌کمونیست برای حفظ رأی‌دهندگان و طرفداران قدیمی خود بوجود آورده است.
ولی در ایتالیا، افول حزب کمونیست و اتحادیه‌های کارگری بطور کلی به معنای شکست دست‌چپیها نیست. در ایتالیا، برخلاف بریتانیا یا آلمان غربی، حرف از تحول عمدهٔ ایدئولوژیکی به سمت محافظه‌کاری در میان نیست. در ژوئن سال ۱۹۸۷ تقریباً نیمی از رأی‌دهندگان به احزاب چپ رأی دادند، ولی با این حال حزب کمونیست ایتالیا بیش از یک میلیون از آراء خود را به نفع رقبایش، از دموکرات مسیحیهای دست‌راستی گرفته تا دموکرات پرولتاریاهای دست‌چپی، از دست داد.
استفانو دراگی، یکی از تحلیل‌گران دفتر دبیرکل حزب کمونیست گفت: «این شکست یک شکست معمولی نبود بلکه رد و طردی عمومی بود نسبت به هدفها و قابلیتهای حزب»» و آنچه بیشتر موجب نگرانی و

رسوائی حزب را فراهم آورد این بود که شکستهای عمدهٔ حزب در شهرهای صنعتی مناطق شمالی روی داد که زمانی به «کمربند سرخ» معروف شده بود. بسیاری از رأی‌دهندگان جوان از حزب رو گردانده بودند. تغییر شکل امروزی سوسیالیسم شوروی هم کمک چندانی نخواهد کرد. ماسیمو پینی، بازرگان میلانی که رابطهٔ نزدیکی با حزب سوسیالیست دارد می‌گوید: «اگر گورباچف ایتالیایی بود، او هم به سوسیالیستها رأی می‌داد.»[۱۴]

در ایتالیای نوین، ایدئولوژیها در گرو کسب و تجارت است. شمار چشمگیری از ایتالیاییها واقعاً باور دارند که هرچه به نفع کمپانیهای فیات و مونته دیسون یا اولیوتی باشد به نفع ایتالیا نیز هست.

امروزه برای بسیاری از ایتالیاییها، کارخانه‌داران و بازرگانان قهرمانان ملی شده‌اند و صاحب همان محبوبیت نمونه‌ای که اعضای برجستهٔ فلان تیم فوتبال یا ستارگان سینمائی دارند که اعمال و افکارشان نه‌تنها در ستونهای ورزشی و اجتماعی که حتی در صفحات سیاسی و مالی روزنامه‌ها و مجلات منعکس می‌شود.

بوکونی، دانشگاه بازرگانی میلان، روزگاری بی‌اهمیت‌ترین دانشگاه در ایتالیا بود، همان روزهائی که در بین خانواده‌های تجددطلب و ترقی‌خواه عنوان مهندس پراهمیت‌ترین عناوین به حساب می‌آمد. ولی امروزه بوکونی که فقط ۱۴ سال از تاریخ تأسیسش می‌گذرد دانشگاهی طراز اول است و به هر ۹ نفر از ده داوطلب نام‌نویسی جواب رد می‌دهد.

در میان ایتالیاییهای مرفه امروزی آن‌قدر رستوران‌دار و آرتیست و کسبهٔ جزء و رانندهٔ تاکسی و دیگر «افراد معمولی» که برای خودشان کار می‌کنند وجود دارد که جامعه‌شناسان و روزنامه‌نویسان ایتالیا با توجه بدین که ثروتمندان و مرفهان ایتالیا در ردیف فرهیختگان جهان قرار دارند، صورت تازهٔ «احلام ایتالیائی» را تناسخ و تجسمی از «احلام امریکایی» نامیده‌اند.

روی جلد نشریهٔ معتبر اقتصادی موندو اکونومیکو این عنوان به چشم می‌خورد: «ایتالیاییها: مردمی ثروتمند.» با این شرح مبسوط که ایتالیاییها در زمرهٔ مشهورترین پول‌خرج‌کنهای دست و دل‌باز جهانند و مبالغ هنگفتی صرف خرید جواهرات و ماشینهای گران‌قیمت و دیگر اجناس لوکس می‌کنند و برای گذراندن تعطیلاتشان به دلکش‌ترین نقاط جهان می‌روند.

دست‌چپیهای جوان همین دهه‌های ۶۰ و ۷۰ اکنون تبدیل به سرمایه‌گذاران و مدیران پخته‌سالی شده‌اند که به شدت علاقه‌مند به تدارک مافاتند و جبران ایامی که از آموختن غفلت کرده‌اند. اینان هم‌اکنون به آموزشگاههای متعددی هجوم آورده‌اند که دوره‌های مدیریت بازرگانی را تدریس می‌کنند. برادران و خواهران جوان‌تر آنان دیگر علاقه‌ای ندارند دوران چپ‌گرائی را تجربه کنند، حتی رهبران اتحادیه‌ها نیز اذعان دارند که واژهٔ «سود» ـ که زمانی از لغات منفور بشمار می‌رفت ـ اکنون در ایتالیا محترم است و مقبول.

اسکاندیناوی

در اسکاندیناوی طرفدار نظام رفاه عمومی شعار معروف «از گهواره تا گور» همچنان ادامه دارد. مردم در زایشگاه دولتی به دنیا می‌آیند، به «مهد کودک» دولتی می‌روند، از بورسهای دولتی برای دانشگاه استفاده می‌کنند، اگر کارشان را از دست دادند در دوره‌های کارآموزی دولتی شرکت می‌کنند، و بالاخره عمرشان را در خانه‌های دولتی سالمندان به پایان می‌آورند. اغلب اسکاندیناویائیها طرفدار برنامه‌های دولتی رفاه عمومی‌اند، اما از مالیاتهائی که باید برای این خدمات دولتی بپردازند، دل خوشی ندارند. شانه خالی کردن از پرداخت مالیات، بخصوص در سوئد که دارای بالاترین نرخ مالیات بر درآمد است، بسیار رواج دارد و در عین حال زمزمه‌های شکایت‌آمیزی از کیفیت پایین خدمات بهداشتی و

آموزشی نیز به گوش می‌خورد. در دانمارک و نروژ و سوئد آثار نارضائی مشهود است و بسیاری از مردم خواهان اصلاحاتی در سیستم مالیاتی شده‌اند از قبیل همان اصلاحاتی که در ایالات متحد به مورد اجرا گذاشته شده است و برای بسیاری هم این سؤال پیش آمده است که آیا این همه خدمات دولتی واقعاً به نفع کشور است یا خیر.

در سوئد، این احساسات منجر به قدرت سیاسی متمرکزی شده است که هم از کسب و تجارت آزاد حمایت می‌کند و هم از بعض کمکهای دولتی.

حزب لیبرال خلق سوئد به رهبری بنگت وستربرگ، از سال ۱۹۸۵ تاکنون تقریباً سه‌برابر توسعه یافته و ۱۳ درصد آراء انتخابات سال ۱۹۸۹ را به خود جلب کرده است. سوسیال دموکراتها همچنان بر اریکهٔ قدرت تکیه زده‌اند ولی وستربرگ و لیبرالها، عناوین خبری را به خود اختصاص داده‌اند و مورد توجهند.

وستربرگ می‌گوید: «حزب لیبرال ما دو رکن اساسی دارد که عبارتند از اولاً، اعتقاد جدی ما به بازار آزاد و آزادیهای فردی، و ثانیاً ایمانمان به عدالت اجتماعی.»

وستربرگ عنادی با خدمات اجتماعی ندارد ولی می‌گوید سلطهٔ بخش عظیم دولتی، رنگی از سلطهٔ «برادر بزرگ» دارد. به نظر او دولت نمی‌تواند خدماتی را که برعهده گرفته است با کیفیت مطلوبی ارائه دهد و در عین حال عرصه را بر ابتکارات فردی تنگ می‌کند. به نظر او راه‌حل این مسئله آن است که در زمینه‌هائی از قبیل تأسیس مهدکودکها یا ارائهٔ خدمات بهداشتی، به بخش خصوصی اجازه دهند تا با سازمانهای دولتی به رقابت برخیزد.

کار این افکار تازه به کجا خواهد کشید؟ برخی ناظران پیش‌بینی می‌کنند که وستربرگ نخست‌وزیر غیرسوسیالیست آینده خواهد بود. دانیل تارشیز، یکی از اعضاء لیبرال پارلمان و پروفسور علوم سیاسی می‌گوید: «وستربرگ ناگهان پیدایش شد و رهبری حزب را در دست

گرفت و تز التقاطیش که مشتمل بر اقتصاد بازار و مراقبتهای دولتی بود کارگر افتاد.»[۱۵]

در سوئد، کشوری که در برنامهٔ رفاه عمومی دولتی تا منتها درجه پیش رفته است، هزینه‌های دولت از ۳۱ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۱۹۶۰، به ۶۷ درصد در سال ۱۹۸۲ افزایش یافت ـ و این بالاترین نسبت در میان کشورهای توسعه‌یافته (با نرخ ۶۱/۵ درصد سال ۱۹۸۸) بود ـ ولی اقتصاد سوئد همچنان قوی مانده است و این واقعیت ناقض نظریات مورد اتفاق دهۀ ۱۹۸۰ است که گسترش سهم و دخالت دولت در مسائل اقتصادی را باعث رکود و کندی می‌داند، ولی سرسختی و تسلیم‌ناپذیری سوسیال دموکراتها به‌جای آنکه روند رشد بخش سرمایه‌داری خصوصی و کارآمد را متوقف کند بر سرعتش افزوده است و هرچه بخش سرمایه‌داری خصوصی سوئد بر درآمدش می‌افزاید، بخش دولتی با وضع مالیاتها و بکار گرفتن دیگر شیوه‌های تعدیل ثروت به توزیع این درآمدها می‌کوشد.

«اقتصاد نمونهٔ سوئد» از پنج جزء اصلی تشکیل شده است:

۱) اعمال سیاست سفت و سخت مالی
۲) عدم دخالت در تولید کالا و سپردن صنایع به دست مردم؛ این بازار عرضه و تقاضاست که شرکتی را موفق یا ورشکست می‌کند
۳) سیاست متعادل و متناسب کردن دستمزدها
٤) برنامه‌های ایجاد مشاغل برای جلوگیری از بیکاری
۵) اختصاص بورسهای آموزشی و تکمیلی برای افزایش قابلیت و مهارت کارگران. (هر کارگر بیکاری که حاضر به گذراندن دورهٔ آموزشی نشود، از دریافت حقوق کاملش محروم خواهد شد.)

این روشها تا اواسط دهۀ ۱۹۷۰ برای سوئد مفید بود ولی در اواسط

دهۀ هفتاد با بحران نفت و تحول اقتصاد صنعتی به اقتصاد اطلاعاتی، بشدت لطمه خورد. از آن زمان تاکنون سوئدیها جداً به تجدید نظر در شیوه‌های اقتصادی خود پرداخته‌اند. وقتی که اخیراً از مشاور اقتصادی گورباچف، آبل آگان‌بگیان پرسیدند کدامیک از کشورهای غربی می‌تواند جالب‌ترین مدل اقتصادی برای اتحاد جماهیر شوروی باشد، او پاسخ داد: «سوئد برای ما از همه جالب‌تر است.»[۱۶]

افول نظام رفاه عمومی در ایالات متحد

شاید بهترین نمونه از پیشرفت «خصوصی کردن» در ایالات متحد، همین نهضت عمومی در سرتاسر امریکا باشد برای سوق دادن افرادی که از اعانات دولتی استفاده می‌کنند به یافتن کاری در بخش خصوصی. تاکنون حدود ۳۹ ایالت این برنامۀ کاریابی به مورد اجرا گذاشته‌اند و کنگره اعلام کرده است که تمام ایالات باید تا پایان سال ۱۹۹۰ برنامه‌هائی برای کاریابی طرح و تنظیم کنند و این تحول، عقب‌گردی است از رویۀ پنجاه سالۀ افزایش اعانات دولتی در ایالات متحد امریکا، همان رویه‌ای که با وضع قانون تأمین اجتماعی نیو دیل (New Deal) در سال ۱۹۳۵ آغاز شد و با طرح «جامعۀ بزرگ» لیندن جانسون به اوج خود رسید. کمک به ایجاد مشاغل و یافتن کار برای بیکاران پاسخی عملی است به بسیاری از امریکائیانی که از برنامه‌های گل و گشاد و خارج از کنترل اعانات دولتی شکایت دارند. فلسفۀ این نهضت تازۀ کاریابی را اتحادیۀ ملی فرمانداران (متشکل از ۲۸ دموکرات و ۲۲ جمهوریخواه) به خوبی بیان کرده است: «هدف ما ایجاد سیستمی است که در آن مردم به جای درخواست اعانۀ دولتی به کار کردن روی آرند و گرفتن دستمزد را بر طلب اعانه مرجح شمارند. مطمئن‌ترین و بهترین کمکی که می‌توانیم به خانواده‌های بی‌بضاعت و کودکان فقیر مملکتمان بکنیم این است که هرچه می‌توانیم مشاغل بیشتری ایجاد کنیم.

ارزشهای جدیدسیاستهای جدید

سیاست کاریابی معرف ترکیب تازه‌ای از ارزشهای امریکایی است:

۱) اعتقاد بدین که یافتن کار بمراتب بیش از پرداختن اعانات به نفع مردم است.
۲) تمایل زنان طبقهٔ متوسط و مادران مرفه به داشتن شغلی و کاری.
۳) ظهور یک نظام اجتماعی جدید ـو آن اینکه مردمی که از اعانات دولتی بهره‌مند می‌شوند، اگر با تلاش دولت به شغل و کاری برسند سپاسگزار دولت خواهند بود.

و این نمونه‌ای است از تحول هماهنگ ارزشها (قبول اشتغال زنان) با ضرورتهای اقتصادی (نیاز به تعادل بودجه به اضافهٔ نیاز به تصدی مشاغلی که بر اثر کمبود نیروی کار، معطل مانده است).

علی‌رغم برنامه‌های «نیو دیل» و «جامعهٔ بزرگ» که در واشینگتن طرح و بر سرتاسر کشور تحمیل شد، برنامهٔ کاریابی حاصل تجارب استقرائی ایالت به ایالت است. تجارب درازمدتی که به دقت مورد آزمایش و تحلیل و بازنگری قرار گرفته است و موفق بوده است.

ایالات متحد هم‌اکنون حدود ۱۱ میلیون نفر اعانه‌بگیر دارد که به‌اصطلاح از مزایای کمک به خانواده‌هایی که فرزندانی تحت تکفل دارند یا AFDC بهره‌مند می‌شوند. بودجهٔ AFDC در سال ۱۹۸۸ مبلغ ۱۶/۶ میلیارد دلار بود. رقم پرداخت ماهانهٔ AFDC در ایالات مختلف متفاوت است و از حداکثر ۷۸۴ دلار برای خانواده‌های چهارنفره در آلاسکا تا حداقل ۱۳۶ دلار برای خانواده‌ای در می‌سی‌سی‌پی متغیر است. این نوع اعانه اختصاص به خانواده‌هائی دارد که مرد و زن رسماً ازدواج

نکرده‌اند یا پدر خانواده نمی‌تواند مخارج فرزندان خود را تأمین کند. بدین ترتیب نود درصد افراد بزرگسالی که از این اعانه بهره‌مند می‌شوند مادرانی هستند که کودکانی تحت تکفل دارند؛ ۶۷ درصد کل اعانه‌بگیران کودکان زیر ۱۸ سال هستند.[۱۷]

حتی قبل از طرح برنامهٔ کاریابی هم امریکائیان پرسشهای دردناکی دربارهٔ تأثیر اعانات دولت به افراد و خانواده‌ها و ملت بطور کلی، مطرح می‌کردند:

آیا اعانات دولتی روحیهٔ کار کردن را از مردم نمی‌گیرد؟ اینگونه کمکها بر میزان حاملگیهای دختربچه‌ها نمی‌افزاید؟ میل به ازدواج و تشکیل زندگی باثبات خانوادگی را در افراد از بین نمی‌برد؟ و آیا پایه‌گذار رسم و راه وابستگی به دولت نخواهد شد، رسم و راهی که از نسلی به نسل دیگر انتقال خواهد یافت؟

شکست

هیچ کسی بهتر از چارلز موری، نویسندهٔ شکست: سیاست اجتماعی امریکا ۱۹۸۰-۱۹۵۰، این سؤالات را مطرح نکرده است. او معتقد است که وضع آنهایی که از اعانات دولتی استفاده می‌کردند، در سال ۱۹۸۰ بمراتب بدتر از زمان طرح برنامه‌های «جامعهٔ بزرگ» بوده است. موری می‌گوید در سال ۱۹۶۸، سیزده درصد امریکاییها را می‌شد فقیر محسوب کرد. در سال ۱۹۸۰ ـ پس از آنکه دولت ایالات متحد بودجهٔ کمکهای اجتماعی را چهاربرابر کرد ـ باز همان نسبت ۱۳ درصد باقی بود. و این درحالیست که بودجهٔ اعانات اجتماعی در فاصلهٔ سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۰، سیزده برابر افزایش یافته است.

به قول موری، شکایت از سنگینی بودجهٔ اعانات دولتی یک چیز است و این نتیجه‌گیری که این هزینه‌های گزاف تغییر محسوسی در وضع جامعه ندارد چیز دیگر. ولی موری، در صفحه به صفحهٔ کتابش با

ذکر آمار و ارقام حیرت‌انگیزی به این نتیجهٔ قابل بحث می‌رسد که: «هرچه امریکاییها بیشتر صرف اعانات دولتی کرده‌اند، وضع فقرا بدتر شده است.»[۱۸] و نیاز به گفتن نیست که نتیجه‌گیریهای موری جدلها و مباحثاتی را هم برانگیخته است. بسیاری از لیبرالها، هم در سخنرانیها و هم در مقالاتشان با این نتیجه‌گیریهای موری مخالفت کرده‌اند.

فورموله کردن مجدد سؤالات

با اینکه امریکائیان همصدا خواستار تجدید نظر در مورد اعانات دولتی شده‌اند، کسانی هم هستند که معتقدند دولت فدرال و مقامات ایالتی نیز باید همگام افراد، در «یاری رساندن» به افراد بی‌خانمان و دیگران اقدام کنند. بنابراین موضوع اعانات دولتی بکلی فراموش نشده است.

بین لیبرالیسم نیکوکار (که شاید چندان هم نیکوکار نباشد) و محافظه‌کاری سنگ‌دل (که می‌تواند جلوه‌ای از نژادپرستی مطلق باشد در نقاب اقتصادی) غالباً موارد استفهامی وجود دارد که مردم واقعاً خواهان توضیح آنند.

مسئولیتهای قانونی دولت در قبال آنانی که نمی‌توانند زندگی‌شان را اداره کنند چیست؟ و چگونه می‌توان زندگی افراد را بدون اینکه سربار دولت شوند، سر و سامانی داد.

پاسخ این سؤال آن است که برای تحقق همیاری عمومی باید جماعت اعانه‌بگیر دولتی را تا آنجا که ممکن است یاری دهیم تا بتوانند در بخش خصوصی کاری پیدا کنند.

کاریابی در ایالات متحد امریکا

برنامهٔ ماساچوست که بیش از ۲۸۱ میلیون دلار به نفع مالیات‌دهندگان تمام شده است پیشگام اجرای طرح کاریابی است. در این

برنامه به صورتی داوطلبانه در سال ۱۹۸۳، بیش از شصت هزار اعانه‌بگیر سابق به مشاغلی گماشته شدند که میانگین دستمزد سالانه‌شان پانزده هزار دلار است، و این رقم دوبرابر متوسط اعانه‌ای است که از AFDC دریافت می‌کردند.[۱۹]

فرماندار ماساچوست مایکل دوکاکیس می‌گوید: «برنامهٔ ما نه لیبرال است و نه محافظه‌کارانه.»[۲۰] وی حتی قبل از آنکه در انتخابات ریاست‌جمهوری ببازد، با مفهوم بیکاری و نیاز به کار آشنائی داشت. دوکاکیس پس از یک دوره فرمانداری، در انتخابات سال ۱۹۷۸ شکست خورد و بخشی از سالهای دوری از مسند و مقامش را به مطالعه در مسئلهٔ تأمین رفاه عمومی پرداخت، مسئله‌ای که خود او نامش را «خاورمیانهٔ سیاست داخلی» نهاده است. وقتی که در سال ۱۹۸۲ مجدداً به فرمانداری ایالت انتخاب شد، در این زمینه برنامهٔ حاضر و آماده‌ای داشت به نام «استخدام و آموزش» و از آن مهمتر اینکه مسئولیت اجرای این برنامه را به دست مسئولی سپرد که سوابقش در زمینهٔ آموزش حرفه‌ای بیش از خدمات نیکوکارانه بود. اساس برنامه‌اش این است که: در ایالت ماساچوست اعانه‌بگیرانی که کاری پیدا کنند می‌توانند همچنان به استفاده از خدمات درمانی دولتی ادامه دهند و از اعانهٔ ایالتی برای نگهداری فرزند و کوپن استفاده از اتوبوس نیز در طول دورهٔ انتقال یک‌ساله بهرمند شوند و وقتی وارد بخش خصوصی شدند باز هم ۷۵ درصدشان تا یک سال دیگر به استفاده از کمکهای رفاهی ادامه دهند.

بیش از ده هزار مؤسسه و شرکت در ماساچوست این افراد را به کار گرفته‌اند. هشتاد درصد این افرادِ به کار گمارده شده در بخش خصوصی به فعالیت اشتغال دارند، بخشی که کمکی از جانب دولت دریافت نمی‌کند.

گرچه برنامهٔ «استخدام و آموزش» نتیجهٔ مطلوبی داشته است ولی برخی منتقدان آن را نادیده می‌گیرند، از جمله باری شیلر، پروفسور اقتصاد می‌گوید توفیق طرح ماساچوست «درواقع مدیون اقتصادی زنده

و شکوفاست.»[۲۱] میزان بیکاری در ماساچوست در قسمت اعظم دهۀ ۱۹۸۰ همچنان در حد ۳ درصد یعنی کمترین نسبت بیکاری در ایالات متحد باقی مانده است. برخی دیگر از منتقدین این طرح این سؤال را مطرح می‌کنند: اگر برنامۀ کاریابی مشتمل بر این همه مزایا ـ از قبیل درمان دولتی و کمک‌هزینۀ کودکان و آموزش رایگان باشد ـ آیا این خود انگیزه‌ای نخواهد شد برای کارگران اندک بضاعت که از کار دست بکشند و برای استفاده از این مزایا به جمع بیکاران بپیوندند؟

اما دفتر فرماندار برای این انتقادها پاسخی دارد: این برنامه مبلغی کلی به صرفۀ مالیات‌دهندگان تمام شده است. در مقابل ۸٬۰۰۰ دلاری که خرج سرانۀ نگهداری بچه‌های بی‌پدر و تهیۀ کوپن غذا و درمان مجانی می‌شد، اکنون با اجرای این برنامه، خرج سرانۀ هر فردی که از دایرۀ اعانه‌بگیران خارج می‌شود سالانه ۵٬۶۰۰ دلار است.

به گفتۀ چارلز اتکینس عضو کمیسیون رفاه عمومی «در مقابل هر یک دلاری که در این راه سرمایه‌گذاری می‌کنیم، با کاهش هزینۀ اعانات، ۲ دلار بر صرفه‌جوئیهای مالیاتی افزوده می‌شود.»[۲۲] اکنون هزینۀ سالانۀ این طرح در حدود صد میلیون دلار است.

میشیگان

در میشیگان هم که غروب اقتصاد صنعتی‌اش مردان و زنانی را که با درآمدهای خوب در کارخانه‌های اتومبیل‌سازی کار می‌کردند به سمت بیکاری و دریافت اعانات دولتی سوق داده و میزان بیکاری را به دوازده درصد رسانده است، باز هم برنامۀ کاریابی موفق بوده است. و این واقعیت شاید جوابی باشد به آنهایی که ادعا می‌کنند توفیق طرح ماساچوست مدیون پایین بودن میزان بیکاری (زمانی ۲/۵ درصد در این ایالت) است.[۲۳]

طرح «فرصت و تعلیم مهارت میشیگان» (MOST) نیز مثل طرح ماساچوست، کمک‌هزینهٔ اولاد و بیمهٔ درمانی را فراهم می‌کند و تنها تفاوتش با طرح ماساچوست این است که در این طرح، برای به کار گماردن افراد اعانه‌بگیر به کارفرمایان «پول می‌دهند.» بدین معنا که کارفرمایانی که افراد اعانه‌بگیر را به کار می‌گمارند و حقوق ثابتی به آنان می‌پردازند، به مدت شش ماه، معادل نیمی از آنچه را پرداخت کرده‌اند از محل این طرح دریافت می‌دارند.

هزینهٔ این طرح در سال ۱۹۸۸ مبلغ ۵۳ میلیون دلار بود و نتیجه‌اش ۸۱ میلیون دلار خالص به صرفهٔ ایالت. از زمان شروع اجرای طرح در سال ۱۹۸۴ تاکنون تعداد ۱۵۰٬۰۰۰ نفر از اعانه‌بگیران ایالتی به کار تمام‌وقت مشغول شده‌اند و درمجموع ۷۳۰ میلیون دلار به نفع ایالت صرفه‌جوئی شده است.

دیگر ایالتها

برنامهٔ «تعلیمات آموزشی و استخدامی» اوکلاهما در سال ۱۹۸۲ به مرحلهٔ اجرا گذاشته شد و چهل و پنج هزار نفر از طریق این برنامه بی هیچ کمک‌هزینهٔ دولتی به کار مشغول شدند. برنامهٔ پروجکت چنس در ایالت ایلینویز تا ماه مارس ۱۹۸۹ برای درحدود صد و شصت هزار نفر ـ که غالباً مادرانی بودند با فرزندان زیر شش‌ساله ـ مشاغلی پیدا کرد. در کالیفرنیا که در بین دیگر ایالات دارای بزرگترین جمعیت اعانه‌بگیر است، بوسیلهٔ دو تن از قانونگذاران ایالتی ـ یکی‌شان از افراطیهای دست‌راستی و دیگری از افراطیهای دست‌چپی ـ اصلاحات تازه‌ای در مقررات اعانات اجتماعی صورت گرفته است.

یک تحقیق معتبر که در سال ۱۹۸۹ توسط شرکت MDRC صورت گرفته است، می‌گوید برنامهٔ «کاریابی» موفق و مؤثر بوده است، تحقیق

این شرکت در مورد ۳۵٬۰۰۰ نفر از یازده ایالت بدین نتیجه رسیده است که برنامهٔ «کاریابی» بیشتر به نفع کسانی است که به دلایل مختلف از جمله عدم مهارت کافی، با مشکلات عدیده‌ای در زمینهٔ یافتن شغل روبرو هستند. این تحقیق همچنین نشان داد که در دو سال آینده حداقل نیمی از اعانه‌بگیرانی که می‌توانند استخدام شوند، یا صاحب شغلی خواهند شد یا دورهٔ کارآموزی را خواهند گذراند.

کم شدن نیمی از بیکاران، کار ناموفقی نیست. ولو آنکه سرمایهٔ هنگفتی هم در این راه به مصرف رسد، باز هم حذف نیمی از بودجهٔ اعانات صرفه‌جوئی عمده‌ای خواهد بود در مصرف سرمایهٔ مالی و انسانی.

جو حاکم در کشور: اشتغال زنان

برنامه‌های کاریابی، در بحبوحهٔ تجدید نظر کلی امریکائیان دربارهٔ زنان شاغل مطرح شد. مقاله‌نویس معتبر ویلیام راسبری در مقاله‌ای به سال ۱۹۸۶، با یادآوری این عقیدهٔ عمومی مردم در طول دههٔ ۱۹۷۰، که «کار اجباری» توهینی غیرقابل قبول است به کرامت انسانی، نوشت که «مادرانی که برای نگهداری فرزندانشان اعانه می‌گرفتند، این حق ـ و شاید هم این وظیفه ـ را داشتند که در خانه نزد کودکانشان بمانند.»[۲۴] حال آنکه امروزه بیشتر زنان اعم از طبقات بالا یا متوسط یا پایین اجتماع، شاغل هستند. اکنون سیاست‌گذاران جامعه اصراری دارند که مادران خانواده‌های کم‌درآمد به محض اینکه فرزندانشان به سن مدرسه رسیدند باید مشغول کاری شوند.

هنگامی که ایالت نیویورک طرحی را برای بکار گماردن مادران اعانه‌بگیری که بچه‌های خردسال دارند اعلام کرد، ایلین مارگولین، معاون فرماندار در مسائل خدمات اجتماعی، و مادر کودکی سه‌ساله، با اعلام این که نیمی از مادرانی که کودکان زیر ۶ سال دارند مشغول کارند پرسید:

«خوب، چرا همین فرصت را در اختیار مادران اعانه‌بگیر نگذاریم؟»[۲۵] این طرح شامل مراقبت از کودکان در مهدکودکها نیز می‌شد.

قرارداد اجتماعی جدید

رواج طرح کاریابی در امریکا مایهٔ تغییری بنیادین است در روابط بین دولت و شهروندان، و تجدید نظری در قرارداد اجتماعی. لارنس مید، دانشیار علوم سیاسی در دانشگاه نیویورک و نویسندهٔ کتاب فراسوی تعهدات: وظایف اجتماعی شهروندی معتقد است که جامعه باید «ضوابط روشنی وضع کند در مورد اعانه‌بگیرانی که تندرستند و می‌توانند کار کنند.»[۲۶] او معتقد است کمکهای خیریه باید ادامه یابد ولی نه بدون ضابطه‌ای. او می‌گوید: «اعانه‌بگیران نیز باید مشمول همان مقرراتی باشند که شامل حال دیگر امریکائیان غیراعانه‌بگیر است، یعنی دادن چیزی در مقابل گرفتن چیزی. دریافت اعانات اجتماعی همانطور که حق گروهی است، برای ایشان مسئولیتهایی نیز به همراه دارد. ما، یعنی حکومت، از نظر مالی دست شما را می‌گیریم، و شما اعانه‌بگیران هم باید درعوض صمیمانه برای یافتن کاری تلاش کنید.»

میچل گینزبرگ، رئیس بازنشستهٔ مدرسهٔ خدمات اجتماعی دانشگاه کلمبیا می‌گوید: «من فکر می‌کنم جستجوی کار یکی از ارکان اساسی نظام اعانات دولتی شده است.»[۲۷]

اعانه‌بگیران در مورد این قرارداد اجتماعی جدید چه واکنشی از خود نشان داده‌اند؟ یکی از مقامات می‌گوید: «آنها با اشتیاق همکاری کرده‌اند.» مایکل داولینگ، مشاور معاونت خدماتی ایالت نیویورک می‌گوید: «وقتی از آنها می‌پرسم ما چه کاری می‌توانیم برایتان بکنیم، فوراً جواب می‌دهند «مگر دیوانه شده‌ای؟ معلوم است که چه می‌خواهم، کار می‌خواهم، کمکم کنید کاری پیدا کنم»» و برنامهٔ کاریابی هم اصلاً برای همین منظور درست شده است.

حمایت دوجانبه

برنامه‌های کاریابی برای محافظه‌کارها و لیبرالها فرصتی پیش آورده است که مشترکاً به همکاری پردازند. محافظه‌کاران این برنامه را از نظرگاه جنبهٔ اخلاقی کار و ایجاد ضابطهٔ جدید اجتماعی می‌نگرند، زیرا برنامهٔ کاریابی جنبهٔ اعانه و تصدق ندارد، خیابانی دوطرفه است. از نظرگاه لیبرالها هم تأکید بر تأمین شغل و کارآموزی روح اصلی برنامه‌هاست.

فرماندار نیویورک، ماریو کومو که غالباً یک «لیبرال دوآتشه» بشمار می‌رود به اتفاق آراء محافظه‌کاران و لیبرالها در این مورد اذعان دارد و می‌گوید «وابستگی به اعانات دولتی میراث شومی است که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود».[۲۸] به عقیدهٔ وی، بهترین همدردیها و محبتها نسبت به بیکاران عبارت است از آموختن حرفه‌ای به ایشان.

محافظه‌کاران و لیبرالها هر دو از این طرح راضی هستند زیرا می‌دانند این کار است که افراد را از چنگال فقر و فلاکت می‌رهاند.

سرمنشاء نظام رفاه عمومی

اصطلاح نظام رفاه عمومی که مبالغی را صرف کمک به شهروندان و ارتقاء سطح رفاه اجتماعی آنان می‌کند، مفهومی نسبی دارد و مصادیقش همه جا یکسان نیست. مثلاً نظام رفاه عمومی امریکا در نظر مردم اسکاندیناوی نظامی است که تجارت آزاد را تضمین می‌کند.

توجه به اعانات مستمندان ریشه در جوامع ابتدائی و دقیقاً دوران باستانی یونان و روم دارد. عشریهٔ مرسوم در بین مسیحیان اولیه و زکات مسلمانان، تا حدی اختصاص به تأمین معاش فقرا دارد.

ولی حمایت و کمکهای گستردهٔ دولتی سابقه‌اش درحدود صد سال است.

بیسمارک صدراعظم آلمان در سال ۱۸۸۳، بیمهٔ اجتماعی دولتی را ابداع کرد. تحت برنامهٔ ابداعی بیسمارک، مستخدمانی که مریض می‌شدند و قادر به ادامهٔ کار نبودند از مراقبتهای درمانی و مستمری و شهریه‌ای ـ که از ممر پرداختهای کارگر و کارفرما، هر دو تأمین می‌شد ـ بهره‌مند می‌شدند. در سال ۱۸۸۹، قانونی به تصویب رسید که بر اساس آن به تمام کارگران آلمانی در سن هفتاد سالگی حقوق بازنشستگی پرداخته می‌شد.

تاریخ‌نویسان می‌گویند انگیزهٔ واقعی بیسمارک از این کار «مهار سوسیالیسم و جلوگیری از انقلاب» بود. ولی به‌هرحال انگیزهٔ او هرچه بود، به پیدایش اولین نمونهٔ جدید از حمایتهای مادی دولتی در مقابل نگرانیهای مالی آینده درآمد.

امروزه، جنبهٔ «تأمین رفاه عمومی» دولت در کشورهای اسکاندیناوی و هلند و استرالیا و زلاندنو، غلبهٔ کامل دارد، گرچه این کشورها هم به تجدید نظر و تعریف مجدد از مفهوم نظام تأمین رفاه عمومی روی آورده‌اند. بر اساس ضوابط امریکایی، در اروپا نیز نظام رفاه عمومی گسترش یافته است زیرا غالب دولتهای اروپایی بیمهٔ درمانی و مراقبتهای بهداشتی شهروندانشان را برعهده گرفته‌اند و برخی از این کشورها هزینهٔ تحصیلات عالیه را نیز تأمین می‌کنند. درحدود ۱۴۰ کشور هر یک به نوعی برنامهٔ خدمات رفاهی دارند. از سال ۱۹۴۵ تا ۱۹۸۰ برنامه‌های خدمات رفاهی رو به گسترش داشت، اما اکنون جریان این روند در حال عقب‌گرد کردن و دیگرگون شدن است.

تجدید نظر در ارائهٔ خدمات رفاهی دولتی

پیروزیهای چشمگیر حزب جمهوریخواه در انتخابات ریاست جمهوری سالهای ۱۹۸۴ و ۱۹۸۸، برخلاف آنچه برخی لیبرالها ممکن است تصور کنند، به معنای روگرداندن از مردم محتاج نیست. این

پیروزیها نفی شیوهٔ لیبرالها در مواجهه با خدمات رفاهی بود. غالب مردم نمی‌خواهند دولتشان مبالغ هنگفتی صرف برنامه‌های ناموفق و بی‌خاصیت کند؛ برعکس، آنان می‌خواهند اعتبارات دولتی و کمکهای مؤسسات خصوصی یکجا جمع شود و با ضوابط مشخصی صرف اهداف و برنامه‌هائی شود که مردم داوطلبانه مشتاق و حاضر به همکاری‌اند، نظیر طرح اعانت مادران در ماساچوست. دولت و مردم می‌توانند مشترکاً و متفقاً سرمایهٔ لازم اولیه را در جهتی بکار اندازند که سرمایه‌داران دل به دریا زنند و مردم هم بر شور و شوق مشارکتشان افزوده گردد.

در سراسر جهان اکنون تغییر رویهٔ چشمگیری حاصل شده است و به جای توجه به طبقه یا گروهی خاص (مثلاً سیاهپوستهای بدبخت، مادران مجرد)، فرد مورد توجه قرار گرفته است. در گذشته معمول بود بگویند: ما می‌خواهیم یا باید فلان کار را برای آنها انجام دهیم. ولی اکنون توجه معطوف فرد شده است. بی‌شک آن طرحی کارآیی خواهد داشت که مناسب با تواناییها و احتیاجات افراد تهیه شده باشد و دولت و بخش خصوصی را مسئول رسیدگی به امور افراد کند، نه طبقات یا اصناف یا قشرهای اجتماعی.

و این بازنگری در قرن بیستم توسط مارگارت تاچر رهبری شد.

به همت مارگارت تاچر که قدم در راه تحول و تغییر ارزشها نهاد، مسئلهٔ خدمات دولتی قرن بیستم در هر نقطه‌ای مورد بازنگری و تعریف مجدد قرار گرفته است و اساس این تحول عبارتست از تبدیل قدرت متمرکز دولتی به اختیارات فردی،

از مالکیت دولتی خانه‌ها به مالکیتهای خصوصی
از خدمات بهداشت دولتی به درمانگاههای آزاد
از اقتصاد دولتی به مکانیسمهای بازار
از پرداخت اعانات دولتی به برنامه‌های کاریابی
از اشتراکی به شخصی

از انحصار دولتی به رقابتهای تجاری
از صنایع دولتی به شرکتهای خصوصی
از صنایع دولتی به مالکیت کارگران
از طرحهای تأمین اجتماعی دولتی به بیمه‌ها و سرمایه‌گذاریهای خصوصی
از افزایش مالیاتها به کاهش مالیاتها

و ما در حالی به قرن آینده پا می‌گذاریم که دولتهای سراسر جهان به کار تجدید نظر پرداخته‌اند در تعیین حد و مرز مسئولیتهایشان نسبت به شهروندان، بخصوص آن شهروندانی که واقعاً نمی‌توانند معاش خود را تأمین کنند. و این روند ـ که منجر به تجدید نظر در خدمات دولتی خواهد شد و به شروع دوران بعد از خدمات دولتی خواهد انجامید ـ قطعاً در طول آخرین دههٔ قرن حاضر ادامه خواهد یافت.

۶

ظهور کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام

پانصد سال پیش، مرکز تجاری جهان از حوزهٔ مدیترانه به اقیانوس اطلس منتقل شد و امروزه این مرکز از حوزهٔ اقیانوس اطلس در شرف انتقال به سواحل اقیانوس آرام است. شهرهای حاشیهٔ اقیانوس آرام ـلوس‌آنجلس و سیدنی و توکیوـ گوی سبقت را از شهرهای قدیمی و جاافتادهٔ حاشیهٔ اقیانوس اطلس ـنیویورک و پاریس و لندنـ ربوده‌اند.

سواحل آسیایی اقیانوس آرام، دوبرابر اروپا و ایالات متحد وسعت دارد. امروزه آسیا نیمی از جمعیت جهان را در خود جا داده است و تا سال ۲۰۰۰ این رقم به دوسوم کل جمعیت جهان خواهد رسید. حال آنکه اروپا تنها ۶ درصد جمعیت جهان را در خود دارد.[1] آسیا، بازاری است ۳ تریلیون دلاری که با نرخ رشدی معادل هفته‌ای ۳ میلیارد دلار در حال توسعه است و حاشیهٔ اقیانوس آرام از هر جنبه‌ای که در نظر بگیرید، چه جغرافیایی و چه جمعیتی و چه اقتصادی، اهمیت خاص جهانی دارد.[2]

منطقهٔ اقیانوس آرام، مشتمل بر تمام کشورهائی که در سواحل آن واقعند، منطقهٔ پهناوری است که از ساحل غربی امریکای جنوبی به طرف

شمال و از تنگهٔ برینگ به اتحاد جماهیر شوروی و از جنوب به استرالیا منتهی می‌شود.

نیروی محرکهٔ انتقال مرکز تجاری جهان (از اقیانوس اطلس به اقیانوس آرام) معجزهٔ اقتصادی آسیاست. در این فصل، منظورمان از اصطلاح «حاشیهٔ اقیانوس آرام»، «حاشیهٔ آسیایی اقیانوس آرام» است، و هر جا جز این باشد صراحتاً ذکر خواهد شد.

حاشیهٔ اقیانوس آرام در حال رشد و پیشرفت است، همانند امریکای دوران جوانی و پویندگی، ولی در مقیاسی بمراتب وسیع‌تر.

جان هِی، وزیر امور خارجهٔ ایالات متحد در پایان قرن گذشته گفته بود: «قرون گذشته دوران حوزهٔ مدیترانه بود، امروزه دورهٔ اقیانوس اطلس است و آینده متعلق به اقیانوس آرام خواهد بود.»[۳] و امروزه این پیش‌بینی تحقق یافته است. پنج نکتهٔ مهمی که باید در مورد حاشیهٔ اقیانوس آرام بخاطر سپرد عبارت است از:

۱) تحولات حاشیهٔ اقیانوس آرام منشاء اقتصادی دارد و با سرعتی بی‌سابقه صورت می‌گیرد.

۲) این تحول علاوه بر جنبهٔ اقتصادیش، تحولی فرهنگی نیز هست. در کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام به بیش از هزار زبان تکلم می‌شود و مردمش دارای متنوع‌ترین مذاهب و سنن فرهنگی جهانند.

۳) گرچه امروزه ژاپن، رهبری اقتصادی این منطقه را برعهده دارد، اما سرانجام کشورهای شرقی آسیا (چین و ببرهای چهارگانه یعنی کرهٔ جنوبی و تایوان و هنگ‌کنگ و سنگاپور) گوی سبقت از ژاپن خواهند ربود.

۴) توفیقات اقتصادی حوزهٔ اقیانوس آرام پشتوانه‌ای فرهنگی دارد. حتی در سال ۱۹۸۵ هم، درصد کره‌ایهای جوانی که در مدارس‌عالیه به‌تحصیل‌پرداختند بیش‌از جوانان بریتانیایی بود.

۵) در اقتصادی جهانی، رونق حوزهٔ اقیانوس آرام لزوماً به معنای افول غرب نخواهد بود مگر آنکه غرب از درک اهمیت این گرایش تغافل ورزد و از سرمایه‌گذاری در آن غفلت کند.

ایالات امریکایی حاشیهٔ اقیانوس آرام از نظر وضعیت جغرافیایی شرایط خوبی برای سرمایه‌گذاری در «قرن اقیانوس آرام» دارند.

تغییر اقتصادی عمدهٔ حاشیهٔ اقیانوس آرام

شاید به اعتبار اینکه مطالب زیادی دربارهٔ حاشیهٔ اقیانوس آرام به گوشمان خورده است، تصور کنیم که از اهمیت آن منطقه نیز آگاهیم. اگر چنین فکری داشته باشیم، مرتکب اشتباه بزرگی شده‌ایم. غالب افراد از درک این واقعیت عاجزند که این تحول عمدهٔ اقتصادی وضع جهان را بکلی عوض خواهد کرد. تنها معدودی از ما به این فکر افتاده‌اند که چگونه باید در آن مشارکت و سرمایه‌گذاری کنند.

امروزه حوزهٔ اقیانوس آرام از رشد اقتصادی سریع و بی‌سابقه‌ای برخوردار است، رشدی معادل پنج‌برابر رشد کشورهای صنعتی در جریان انقلاب صنعتی.[۵]

اخیراً مقاله‌ای در اکونومیست چاپ شده بود بدین مضمون که «ظاهراً (تحولات) آسیا، مهمترین رویدادی است که پس از (کشف) امریکا در جهان اتفاق افتاده است.»[۶]

ولی هضم یکی از نشانه‌های این تحول برای بسیاری ـبخصوص امریکائیانـ دشوار است. در اواخر دههٔ ۱۹۸۰ برای اولین بار در طول چندین دهه، طبق آمار و ارقام داده شده از سوی روزنامهٔ مالی امریکن بنکر، معلوم شد که هیچ مؤسسهٔ امریکایی در فهرست ۲۶ بانک درجه اول جهان قرار ندارد. یک دهه قبل تنها یک بانک ژاپنی در زمرهٔ ده بانک درجه اول بود. در سال ۱۹۸۹ دوازده واحد از بانکهای ژاپنی در

صدر فهرست بانکهای درجه‌یک جهان قرار گرفتند و ۱۷ بانک ژاپنی دیگر هم در زمرهٔ بهترین بیست و پنج بانک جهان بودند.[۷] «سیتی‌بانک» نیویورک بزرگترین بانک امریکایی در مقام بیست و هفتم قرار گرفت. بانک آو امریکا که زمانی بزرگترین بانک جهان بود، در ردهٔ چهل و چهارم واقع شد.

سی سال پیش، تولید ناخالص ملی حاشیهٔ اقیانوس آرام معادل نیمی از تولید ناخالص ملی امریکا و یک‌سوم اروپا بود. در سال ۲۰۰۰ تولید ناخالص ملی کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام با تولید ناخالص ملی امریکای شمالی برابر خواهد شد و از مرز تولید ناخالص ملی اروپای غربی فراتر خواهد رفت.[۸]

سال ۲۰۰۰ شاهد تقسیم تولید ناخالص ملی جهان به تقریباً چهار بخش خواهد بود: حوزهٔ اقیانوس آرام و اروپا و ایالات متحد و باقی جهان.

اقتصاد صادراتی حاشیهٔ اقیانوس آرام سرعت رشدی سه‌برابرِ بسیاری از کشورهای دیگر جهان خواهد داشت. در خلال سالهای ۱۹۷۵ تا ۱۹۸۸ ببرهای چهارگانه (یعنی کرهٔ جنوبی و سنگاپور و تایوان و هنگ‌کنگ) سهم خود را در کل تولیدات صادراتی جهان از ۴٪ به ۱۱٪ افزایش دادند.[۹] در خلال سالهای ۱۹۸۵ و ۱۹۸۷ سهم این کشورها در صادرات برق‌افزارهای مصرفی جهان، از ۱۵٪ به ۳۰٪ افزایش یافت. در تایوان، هشت شغل از هر ده شغل به کار صادرات وابسته است. دوسوم کل تولیدات و خدمات سنگاپور صادراتی است. ذخایر ارزی ببرهای چهارگانه اکنون بالغ بر صد میلیارد دلار است و همچنان رو به افزایش دارد.[۱۰] اقتصاد رو به رشد اقیانوس آرام را می‌توان به وضوح از گزارشهای تجارتی امریکا دریافت. میزان فروش ایالات متحد به کرهٔ جنوبی بیش از فرانسه، و به تایوان بیش از مجموع فروشش به ایتالیا و سوئد است.[۱۱] در سال ۱۹۸۶، فروش سرانهٔ ایالات متحد به تایوان (یعنی خرید هر فرد تایوانی از امریکا) ۲۸۶ دلار بود ـ رقمی بیش از ژاپن (با ۲۲۲ دلار) و فرانسه (با ۱۳۱ دلار).[۱۲]

در سال ۱۹٦۰ میزان معاملات امریکا با آسیا نصف معاملات این کشور با اروپای غربی بود. از سال ۱۹۸۳، تجارت ایالات متحد با حوزهٔ اقیانوس آرام از تجارت امریکا با کشورهای حاشیهٔ اقیانوس اطلس فراتر رفت و در سال ۱۹۸۸، بازرگانی ایالات متحد با آسیا پنجاه درصد بیش از معاملاتش با اروپا بود و در سال ۱۹۸۸ ارزش معاملاتش با آسیا به ۳۰۰ میلیارد دلار رسید.[13] و اگر اوضاع به همین منوال پیش برود، در دههٔ ۱۹۹۰ میزان تجارت امریکا با آسیا دوبرابر اروپای غربی خواهد بود.

تایوان یا باید تجارت با چین را ـ که در سال ۱۹۸۸ به ۲ میلیارد دلار رسید ـ توسعه دهد یا از دیگر رقبایش در گروه ببرهای چهارگانه عقب بماند.[14] بسیاری از سرمایه‌گذاران تایوانی می‌کوشند با فراموش کردن کینه‌های دیرینه به کسب و کار خودشان مشغول شوند و تا می‌توانند پول دربیاورند. طبق گزارشهای روزنامه‌های توکیو و پکن، بیش از هشتاد کارخانه در دو ایالت فوجیان و گوان‌دونگ چین به فعالیت مشغولند که تایوانیها در آنها سهامی دارند. چندین کارخانهٔ کفش‌سازی و پارچه‌بافی و تولید ابزار الکترونیکی در سه سالهٔ اخیر از تایوان به چین منتقل شده‌اند.

این تحول، به همان درجه که اقتصادی است، فرهنگی هم هست

واشینگتن پست در گزارشی از نمایشهای مد پائیزی ۱۹۸۷ می‌نویسد: «از وقتی که طراحان نوآور ژاپنی در روز افتتاح نمایشگاه لباسهای آماده، بر خیاطان پاریسی سبقت گرفتند، دیگر مد پاریس وضع سابق را ندارد.»[15] ژاپنیها طراحان لباس در سراسر جهان را تحت نفوذ خود قرار داده‌اند. شش ماه بعد برای نمایش بهارهٔ ۱۹۸۸، این تیتر در روزنامهٔ واشینگتن پست درج شده بود: «پاریس در برابر ژاپنیها تسلیم می‌شود.»

معروف‌ترین طراحان ژاپنی که در پاریس نمایشگاه دایر می‌کنند عبارتند از رِی کاواکوبو، ایسی میاک، یوجی یاماموتو. علاوه بر این، هشت طراح هم هستند که به اتفاق سن لوران و ژیوانشی نمایشگاه برگذار می‌کنند. کاواکوبو اکنون مالک یا صاحب امتیاز ۲۴۹ بوتیک خرده‌فروشی در ژاپن و ۸۴ بوتیک در دیگر نقاط جهان است.[۱۶]

در دهۀ ۱۹۵۰، نیویورک در مقولات هنری گوی سبقت را از پاریس ربوده بود.

دهۀ ۱۹۹۰ شاهد رهبری توکیو در عرصه‌های هنر و طراحی و مد خواهد بود. برنارد پرتِلّی از آرایشگاه اوکیو در واشینگتن دی‌سی می‌گوید: «مد آرایش به سبک ژاپنی موجی زودگذر نیست، چیزی ماندنی است. سبک فرانسوی دیگر تمام شد، گذشت و رفت. فرانسویها دیگر چیز جدیدی ارائه نداده‌اند، نه در زمینۀ غذا و نه در مد لباس. آنها خودشان هم از ژاپنی‌ها تبعیت می‌کنند.»[۱۷]

به گفتۀ ریشار بلیات آرشیتکت فرانسوی «پاریس هنوز هم حال و هوای ۱۷۸۹ را دارد، ولی توکیو تنها شهری است که معماریش "فوری و امروزی" است.»[۱۸]

در مانهاتان، دکوراتور و طراح داخلی، جی اسپکتِر می‌گوید: «آینده از آن ژاپنیهاست، من وقتی در فرانسه هستم، شیفته و محو فرهنگ و هنر این کشور، و طرز دکورسازی و مبلمان فرانسوی می‌شوم و اما در عین حال چنین احساس می‌کنم که قسمت اعظم اینها متعلق به روزگار گذشته است، و حال آنکه هنر ژاپن در نظر من معرف فردا است... دریچه‌ای است به قرن بیست و یکم.»

ژاپن چندین موزۀ جدید از دهۀ ۱۹۷۰ به بعد افتتاح کرده است. ژاپن امروز کعبۀ آمال کلکسیونرهای عمده و هنرمندان جهان است، همانطور که پاریس و رم برای اسلافشان بودند. تخمین زده می‌شود که سی درصد خریدهای هنری توسط ژاپنیها صورت می‌گیرد. توکیو ۹ ارکستر سمفونیک دارد.

در این بین، موزه‌های امریکا روزبروز پول بیشتری برای خرید آثار هنری ژاپنی خرج می‌کنند و این خود معرف نفوذ ژاپن در غرب است. موزهٔ هنری لوس‌آنجلس با صرف ۱۲/۵ میلیون دلار مکانی را برای آثار هنری ژاپنی اختصاص داده و گالری ژاپنی جدیدی در موزهٔ هنری متروپولیتن نیویورک افتتاح شده است.[۱۹]

هنرمندان معاصر ژاپنی بیش از پیش توجه دیگران را به خود معطوف داشته‌اند. الکساندر مونرو کارشناس مستقل هنری می‌گوید: «به طرز بی‌سابقه‌ای توجه کارشناسان و دست‌اندرکاران موزه‌ها به ژاپن جلب شده است.»[۲۰]

اولین نمایشگاه عمده از آثار هنرمندان جدید ژاپنی پس از هیجده سال در ژوئن سال ۱۹۸۹ در موزهٔ هنرهای مدرن سان‌فرانسیسکو گشایش یافت و به پنج شهر دیگر امریکایی نیز خواهد رفت.

سلطهٔ آرشیتکت ژاپنی آراتا ایسوزاکی، معرف نفوذ فرهنگی ژاپن در غرب است. آراتا ایسوزاکی آرشیتکت موزهٔ هنرهای معاصر لوس‌آنجلس و طراح نمای داخلی پالادیوم نیویورک‌سیتی و ساختمان جدید متصل به موزهٔ بروکلین است.

سنگاپور هم با پی بردن به جاذبه‌های فرهنگی، راه جلب توریستهای بیشتری را کشف کرده است. در سال ۱۹۸۸ سنگاپور اِمپرس پالاس را افتتاح کرد، مرکز فرهنگی جدیدی که در اولین نمایش خود ۳۱۲ اثر هنری از سلسلهٔ چینگ را برای اولین بار در خارج از سرزمین چین به معرض نمایش گذاشت.[۲۱]

هنگ‌کنگ هم به برکت غنائی که هم در فرهنگ چین دارد و هم در فرهنگ غربی، تبدیل به مرکز هنری فعالی شده است که از اپرای کانتونی تا ارکستر فیلارمونیک هنگ‌کنگ را عرضه می‌کند. هنگ‌کنگ که در طی پنج سال گذشته شاهد رونق بی‌سابقه‌ای در ساختمانهای هنری و از آن‌جمله مجتمع فرهنگی جدیدی بوده است، میزبان بهترین فستیوالهای بین‌المللی هنر در آسیاست.[۲۲]

آکادمی هنرهای نمایشی مخصوص آموزش هنرهایی از قبیل رقص و تئاتر و موسیقی و هنرهای تکنیکی اعم از هنرهای سنتی چینی و غربی است و بر آگاهی نسبی دانشجویان از تمامی رشته‌های هنری تأکید می‌کند. دانشجویان رشتهٔ موسیقی باید با حرکات بدنی آشنا شوند و هنرجویان رشتهٔ رقص نیز در مقولهٔ درام اطلاعاتی کسب کنند و همهٔ دانشجویان باید تا حدودی با مهارتهای تکنیکی آشنایی داشته باشند.

چینیها طرفداران پر و پاقرص سینما هستند: متوسط حضور سرانهٔ هر فرد هنگ‌کنگی در سینما یازده بار در سال است و این میزان در جهان مقام سوم را دارد حال آنکه چین، با سرانهٔ ۲۱ بار سینما رفتن در سال، مقام اول را دارد و مقام دوم از آن اتحاد جماهیر شوروی است با ۱۵ بار در سال. چین واجد همهٔ شرایط لازم است برای پیشرفت در کسب و کار تولید فیلم سینمائی. در سال ۱۹۸۸ چین، ۱۵۸ فیلم تولید کرد و ۳۱ فیلم چینی در فستیوالهای بین‌المللی جوایزی کسب کردند.[۲۳]

هنگ‌کنگ نیز علی‌رغم حضور طراحان مد اروپایی خودش هم طراحانی پرورش می‌دهد. مثلاً ادی لو که طراح لباسهای مد روز است، آنها را در کارگاههای محلی تهیه می‌کند و به بوتیکهای اروپایی و ژاپن می‌فرستد. او پیش‌بینی می‌کند که «وقتی چین و هنگ‌کنگ یکی شوند، مرکز مد جدیدی بوجود خواهد آمد، وقتی چین ادارهٔ هنگ‌کنگ را به دست بگیرد ما از هویتی تازه برای عرضهٔ مهارتهایمان برخوردار خواهیم شد. چین برای برقراری ارتباط با جهان به طراحان نیاز خواهد داشت و آن طراحان را می‌تواند در اینجا (هنگ‌کنگ) بیابد.»[۲۴]

پیتر سِلارز، مدیر مبتکر فستیوال لوس‌آنجلس می‌گوید: «گمان می‌کنم کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام در دویست سال آینده به عنوان قدرتی عمده در جهان هنر ظاهر شوند. سلطهٔ طولانی اروپا بر عرصهٔ هنری دورهٔ افول خود را آغاز کرده است.»[۲۵]

آسیای شرقی: غولهای قرن بیست و یکم

اگرچه ژاپن پیشرفته‌ترین کشور حوزهٔ اقیانوس آرام است ولی آسیای شرقی و آسیای جنوب شرقی مناطقی هستند که از سریع‌ترین سیر رشد برخوردارند. چین و ببرهای چهارگانه در زمینه‌های فرهنگی و تجارتی پشتوانه‌های دیرینه‌ای دارند. اگر چین همچنان در مسیر سرمایه‌داری پیش برود در اواخر قرن بیست و یکم تهدیدی برای رهبری اقتصادی ژاپن محسوب خواهد شد.

در حوزهٔ اقیانوس آرام، استراتژی اقتصادی، ژاپن را شکست می‌دهد، همان استراتژی که خود ژاپن طراحش بوده است.

کشورهائی چون کرهٔ جنوبی که تا همین چند دههٔ قبل فلک‌زده و بدبخت بودند اکنون با صادرات کشتی و اتومبیل و تلویزیون و کامپیوتر و ویدئو به رقابت با ایالات متحد و ژاپن برخاسته‌اند و رنگ از روی اقتصاد اروپا پرانده‌اند.

کرهٔ جنوبی و تایوان و سنگاپور و هنگ‌کنگ، انقلاب و تحولی در نظریهٔ توسعهٔ اقتصادی بوجود آورده‌اند و نشان داده‌اند چگونه می‌توان با پرشی مستقیم، از مرحلهٔ اقتصاد صنعتی وارد مرحلهٔ اقتصاد اطلاعاتی شد. انتظار می‌رود که این کشورها به نرخهای رشد سالانهٔ خود که از ۷ تا ۱۰ درصد است همچنان ادامه دهند و این در مقایسه با میزان رشد سالانه ۳ درصدی امریکا رشد قابل ملاحظه‌ای است.[۲٦]

اقتصاد ببرهای چهارگانه در اصل بر پایهٔ نیروی کار ارزان بنا شده بود ولی امروزه آنان با استفاده از وسایل پیچیدهٔ ظریفی از قبیل کامپیوترها که پیش از آن در انحصار ایالات متحد و ژاپن بود به درآمدهای سرشاری دست یافته‌اند و مشاغل کم‌درآمدتر را برای کشورهائی گذاشته‌اند از قبیل تایلند و مالزی و اندونزی و فیلیپین که از نیروی کار ارزان‌تری برخوردارند.

در سال ۱۹۷۰ چه کسی می‌توانست پیش‌بینی کند که مالزی روزی به چنان پیشرفتی نائل شود که بتواند به صدور تکنولوژی سطح بالا بپردازد؟

هنگ کنگ: دروازهٔ مرصعی به (قلمرو) اژدهای مهیب

هنگ‌کنگ امروزی با زیرکی هرچه تمام‌تر آیین کنفوسیوس و تجارت آزاد را با تمامی ویژگیهای مانهاتان در خود جمع کرده است: مرکزی تجاری است با ساختمانهای فنی و سیستمهای اقتصادی و ارتباطی پیشرفته. تولید ناخالص داخلی سرانه‌اش ۹٬۶۰۴ دلار است و با این تولید ناخالص داخلی بمراتب ثروتمندتر از یونان یا پرتغال است.[۲۷]

هنگ‌کنگ هم‌اکنون یکی از مراکز بزرگ مالی جهان بشمار می‌رود و در اواسط دههٔ ۱۹۸۰ به گزارش وال استریت ژورنال هنگ‌کنگ دارای ۲۸۴ شرکت بیمه، ۱۴۲ صندوق تعاونی، ۹۰۰ مرکز خرید و فروش سهام و ۱٬۳۰۰ نمایندگی رسمی بیمه بود. تقریباً تمام بانکهای عمدهٔ جهان در هنگ‌کنگ شعبه دارند. هنگ‌کنگ صاحب دومین بازار بزرگ معاملات «سلف‌خری» جهان است و بازار بورس آن از نظر سرمایه، یازدهمین بازار جهان.[۲۸] هنگ‌کنگ صادرکنندهٔ عمدهٔ اسباب‌بازی و پارچه است و دومین بندر پرمشغلهٔ جهان را دارد.

ولی اهمیت امروزهٔ هنگ‌کنگ بیشتر از آن جهت است که دروازه‌ای است به سوی چین. تنها در عرض ده سال، چین در فهرست طرفهای معاملاتی هنگ‌کنگ از ردیف چهل و چهارم به مقام اول رسید.[۲۹] ۷۵ درصد پروژه‌های خارجی در چین بوسیلهٔ هنگ‌کنگ به اجرا درآمده است و هنگ‌کنگ بزرگترین سرمایه‌گذار خارجی در چین است.[۳۰]

مردم هنگ‌کنگ هرچه به سال ۱۹۹۷ (سالی که هنگ‌کنگ از قیمومت بریتانیاییها خلاص شود و به چین بپیوندد) نزدیک‌تر می‌شوند،

تردیدشان در مورد خوش‌قولی چین نسبت به حفظ دموکراسی و بازار آزادشان بحق فزونی می‌گیرد، و به همین مناسبت هزاران هنگ‌کنگی به کانادا و امریکا مهاجرت می‌کنند.

ولی چین و هنگ‌کنگ متقابلاً به یکدیگر نیازمندند: هنگ‌کنگ اگر بخواهد به عنوان مرکز تولیدی و مالی سطح بالائی با دیگر کشورهای تازه صنعتی‌شده به رقابت برخیزد باید امتیاز دسترسی به چین را برای خود حفظ کند. چین هم برای تداوم جذب سرمایه‌گذاریهای خارجی به هنگ‌کنگ نیاز دارد.

* چین چیزی در حدود سی تا چهل درصد درآمد ارزی خود را یا از خود هنگ‌کنگ یا از طریق هنگ‌کنگ تأمین می‌کند.
* چین، ۶ تا ۱۰ میلیارد دلار در هنگ‌کنگ سرمایه‌گذاری کرده ـ که این میزان بیش از سرمایه‌گذاری ۵ میلیارد دلاری امریکاست.
* از سال ۱۹۸۵ چین به صورت بزرگترین شریک تجاری هنگ‌کنگ درآمده است[۳۱] و در این بین امریکا در مقام دوم و ژاپن در مقام سوم قرار دارد.

و به نقل از یک دیپلمات غربی «اکنون تقریباً تمام مصنوعات هنگ‌کنگی جای پایی هم در چین باز کرده‌اند.»[۳۲] برخی از مراکز تولید این مصنوعات کلاً از هنگ‌کنگ به چین منتقل شده‌اند، بیش از ۵۰ درصد کارگاههای اسباب‌بازی‌سازی هنگ‌کنگ در آن سوی مرز (چین) به کار مشغولند.

در استان گوان‌دونگ، سرمایه‌داران هنگ‌کنگی و کمونیستهای چینی در یک تلاش مشترک و عظیم اقتصادی، دوشادوش یکدیگر فعالیت دارند.

هشتاد درصد کل سرمایه‌های بکارافتاده در گوان‌دونگ متعلق به

هنگ‌کنگیهاست. تولیدکنندگان هنگ‌کنگی بیش از یک میلیون کارگر در دلتای رود مروارید در چین استخدام کرده‌اند. حال آنکه کل نیروی کار هنگ‌کنگ نهصدهزار نفر است. بیش از دو میلیون چینی برای کار به استان گوان‌دونگ مهاجرت کرده‌اند.[۳۳]

ت. و. ونگ، معاون مدیرکل فدراسیون صنایع هنگ‌کنگ می‌گوید: «اینجا نقطهٔ مناسبی است برای نفوذ به چین.»[۳۴]

استفان چونگ هم که سیاستمداری هنگ‌کنگی است و در پروژهٔ ساخت کارخانه‌ای هشت میلیون دلاری برای تولید مدارهای الکترونیکی مطابق استانداردهای آی‌بی‌ام در چین سرمایه‌گذاری کرده است می‌گوید: «ما دقیقاً در ملتقای پیوند چین با جهان غرب قرار گرفته‌ایم. ما سی سال تمام تکنولوژی مدرن را جذب کردیم و آن را توسعه دادیم حال آنکه چین در این مدت از این تکنولوژی روی گردانده بود. درنتیجه ما اکنون به اندازهٔ کافی افراد تحصیلکرده، اعم از تکنیسین و مدیر در اختیار داریم که بتوانیم منابع و بازارهای چین را قبضه کنیم. این است برنامهٔ ما در آینده.»[۳۵]

کرهٔ جنوبی: وارث تاج و تخت سامورائی

کرهٔ جنوبی که بیست سال پیش ملتی داشت متشکل از زارعان بینوا، اکنون به صورت یکی از پیشرفته‌ترین کشورهای تازه صنعتی‌شدهٔ آسیا درآمده است. در سال ۱۹۶۵ تولید ناخالص ملی در کشور جنگ‌زدهٔ کره برای هر نفر سالانه ۱۲۰ دلار بود.[۳۶] در سال ۱۹۸۸ این رقم به عدد شگفت‌آور ۴٬۰۴۰ دلار رسید. گرچه دیگر ببرهای چهارگانه از درآمدهای بالاتری برخوردارند ولی جمعیت بیشتر و توانایی و تنوع اقتصادی کرهٔ جنوبی آن را در صدر فهرست قرار داده است.

اکنون توسعهٔ اقتصاد کرهٔ جنوبی بیش از اقتصاد دانمارک یا اتریش است.

در سال ۱۹۸۸ صادرات کره به رقم شگفت‌آور ۵۹/۷ میلیارد دلار بالغ شد.[37] این صادرات مشتمل بود بر اتومبیلهای هیوندای و کامپیوترهای دِوو و ویدئو و ضبطهای سامسونگ ـ چهل درصد این کالاها به ایالات متحد امریکا صادر شد. از سال ۱۹۶۵ تولید صنعتی پنجاه برابر شده است و حجم صادرات صدبرابر. در هر یک از سالهای ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷ رقم صادرات ۳۰ درصد افزایش داشته است. تعجبی هم ندارد زیرا کرهٔ جنوبی سخت‌کوش‌ترین کشور روی زمین شناخته شده است.[38]

در سال ۱۹۸۷ بنیاد توسعهٔ کره پیش‌بینی کرد که ارزش سرانهٔ تولید ناخالص ملی تا پایان قرن حاضر از ۵٬۰۰۰ دلار تجاوز خواهد کرد.[39] رقمی که تا حدودی محافظه‌کارانه به نظر می‌رسید، زیرا سهم سرانهٔ تولید ناخالص ملی عملاً به رشد ده درصد سالانهٔ خود ادامه می‌دهد و با این روند، مجموع تولید ناخالص ملی هر هفت سال یک بار دوبرابر می‌شود. بر اساس ضوابط سازمان ملل، کرهٔ جنوبی از حیث نحوهٔ عادلانهٔ توزیع درآمد در ردیف بهترین کشورهای جهان است و اکنون کشورهای در حال توسعه سخت مشتاقند تا بدانند راز موفقیت کره در چیست.[40]

با این سوابق و آمار حیرت‌انگیز، کرهٔ جنوبی رقیب تهدیدکننده‌ای است برای ژاپنی که نقش قدرت برجستهٔ جهان صنعت را برعهده دارد. ژاپن همسایه، با نگرانی روزافزونی مراقب تحولات کره است.

به گزارش توکیو بیزینس تودی، «ژاپن و ژاپنیها قدرت اقتصادی امریکاییها و اروپاییها و مهارتهای ایشان را تحسین می‌کنند ولی تا سرحد مرگ از کره‌ایها وحشت دارند. گرچه نام جمهوری کره به عنوان یکی از کشورهای تازه صنعتی‌شده غالباً در ردیف تایوان و هنگ‌کنگ و سنگاپور می‌آید ولی واقعیت این است که اقتصاد کره از این هر سه کشور قوی‌تر و متنوع‌تر است.»[41]

کره با سرمایه‌گذاریهای گزافش در صنعت اتومبیلسازی (کاری که آلمان در دههٔ ۱۹۵۰ کرد و ژاپن در دههٔ ۱۹۷۰) تا پایان قرن حاضر در زمرهٔ

پنج کشور بزرگ تولیدکنندهٔ اتومبیل خواهد بود (این پنج کشور در سال ۱۹۸۷ عبارت بودند از ژاپن و ایالات متحد و آلمان غربی و فرانسه و ایتالیا؛ در آن وقت کره مقام دهم را داشت). در سال ۱۹۸۷، هشتصدهزار اتومبیل در کرهٔ جنوبی تولید شد یعنی چیزی دوبرابر میزان تولید سال ۱۹۸۲. دوسوم این اتومبیلها صادر شد.[۴۲]

سازندگان اتومبیل می‌خواهند تا سال ۱۹۹۳ تولیداتشان را دوبرابر کنند. کرهٔ جنوبی اکنون دارای بزرگترین مجتمع فولاد و وسیع‌ترین کارگاه کشتی‌سازی جهان است. کرهٔ جنوبی که با محصولات صنعتی‌اش قسمت مهمی از بازارهای ژاپن را قبضه کرده است اکنون رو به عصر اطلاعات آورده. این کشور دو درصد از تولید ناخالص ملی خود را صرف تحقیق و نوآوری می‌کند. گرچه ایالات متحد و ژاپن ۳ درصد تولید ناخالص ملی را به این امر اختصاص داده‌اند ولی کرهٔ جنوبی در نظر دارد تا سال ۲۰۰۱، بودجهٔ تحقیقات و ابداعات را به پنج درصد افزایش دهد. کمپانیهای کره‌ای در سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸ معادل ۲/۵ میلیارد دلار در تولید «نیمه‌هادی»ها سرمایه‌گذاری کردند.[۴۳]

کره بازار فروش لوازم یدکی تلویزیونها و ویدئوهای امریکایی را از ژاپنیها گرفته است. در سال ۱۹۸۷ تولیدات الکترونیکی کرهٔ جنوبی به ۱۷/۴ میلیارد دلار بالغ می‌شد که ۴۴ درصد نسبت به سال ۱۹۸۶ افزایش داشت. جمعاً ۱۱/۲ میلیارد دلار از این تولیدات به خارج صادر شد.[۴۴] بنا به اعلام انستیتو تکنولوژی الکترونیک کره، صنعت الکترونیک ممکن است به صورت عمده‌ترین صنایع تولیدی کره درآید و از صنایع اتومبیل‌سازی و تولید ابزار ماشینی نیز پیشی بگیرد.[۴۵]

ممکن است در نظر غربیها تفاوت بارزی بین فرهنگ کره‌ایها و ژاپنیها نباشد ولی واقعیت این است که فرهنگ این دو کشور کاملاً از یکدیگر متمایز است و نفرت کره‌ایها از ژاپنی که چهل سال سرزمینشان را با خشونت اشغال کرده بود بر همه روشن است. اما یک چیز هم مسلم است و آن اینکه کره بیش از ژاپن تشنهٔ موفقیت است و می‌کوشد با

استفاده از شیوه‌های این ساموارئی پیر وارد معرکه شود و او را شکست دهد. هدف برنامه‌ریزان دولت کره آن است که تا سال ۲۰۰۰، یک‌سوم تمام صادراتشان را تکنولوژیهای پیشرفته‌ای از قبیل کامپیوتر و نرم‌افزار و نیمه‌هادیها و وسایل ارتباطی و محصولات بیوتکنولوژی تشکیل دهد.[۴۶]

کیم یونگ سو، معاون اجرائی مدیر کمپانی نیمه‌هادیها و ارتباطات راه دور سامسونگ با لحنی که یادآور سخنان بیست سال پیش ژاپنیهای رقیب است می‌گوید: «ما هیچگونه منابع طبیعی نداریم، تکنولوژی تنها راه ادامهٔ حیاتمان است.»[۴۷]

پروفسور هسی شی‌هوبی استاد دانشگاه توکایی ژاپن پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۱۰ کرهٔ جنوبی گوی سبقت از ژاپن خواهد ربود.[۴۸]

در سال ۱۹۸۶ متوسط دستمزد کره‌ایها تنها ۱/۵۵ دلار در ساعت بود. ولی بین سالهای ۱۹۸۶ تا ۱۹۸۸ دستمزد کارگران کره‌ای که هفته‌ای ۵۴ ساعت کار می‌کنند، ۴۰ درصد افزایش یافت و در عین حال قدرت تولید نیز همچنان به موازات رشد دستمزدها پیش رفته است،[۴۹] قدرت تولیدی که کشورهای آسیایی بدان غبطه می‌خورند. در خلال سالهای ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۶ قدرت تولیدی کره ۸/۴ درصد افزایش یافت حال آنکه این افزایش در مورد تایوان ۷ درصد و در ژاپن ۳/۵ درصد بوده است.

توفیق اقتصادی کره وقتی چشمگیرتر خواهد بود که بدین مسئله هم توجه داشته باشیم که ژاپن یک درصد درآمد ناخالص ملیش را صرف هزینه‌های دفاعی می‌کند، در حالیکه کره ۶ درصد درآمد ناخالص ملی خود را صرف مسائل دفاعی می‌کند.[۵۰] (معادل همان درصدی که ایالات متحد به دفاع اختصاص داده است. و دلیل این امر هم تداوم حضور مسلحانهٔ کرهٔ شمالی کمونیست است در جوارش. ولی طرفداران اتحاد مجدد دو کره روزبروز بیشتر می‌شوند. پروفسور جی بیونگ مون از دانشگاه کوان‌جو می‌گوید: «اگر ما متحد شویم از قدرت رقابتی بیشتری برخوردار خواهیم بود.»[۵۱]

سنگاپور: «دولت‌شهر»ی قدرتمند

وسعت سنگاپور، این کشور یک شهرهٔ ۲/۶ میلیون جمعیتی، کمتر از شهر نیویورک است. سنگاپور، کشوری ثروتمند و با مردمی فرهیخته، در حکم دژ سیاسی مستحکمی است در منطقه‌ای که شاهد بدترین درگیریهای سیاسی قرن بیستم بوده است. لی کوان یو دیکتاتور خیرخواه سنگاپور، ملتی بوجود آورده مستقل و سرمایه‌دار و محترم و مقاوم و نسبتاً دور از آفات فساد.

سنگاپور از نرخ رشد بالایی (۱۰ درصد در سال ۱۹۸۸) برخوردار است درحالیکه نرخ تورم در آنجا پایین است، بیکاری وجود ندارد و تراز پرداختها مثبت است.[۵۲] ذخیرهٔ مالی بالایی دارد و از یکی از بالاترین نرخهای پس‌انداز در جهان (۴۲ درصد در سال ۱۹۸۸[۵۳]) برخوردار است: در طول ده سال منتهی به سال ۱۹۸۸، درآمد سرانه از ۲٬۸۱۰ دلار به ۷٬۵۰۰ دلار افزایش یافته است.[۵۴] در سال ۱۹۸۸ سهم سرانهٔ مردم از تولید ناخالص ملی به مبلغ ۸٬۷۷۲ دلار رسید.[۵۵] تنها لکه ابر این افق روشن گسترده، کاهش شدید نیروی کار است. نیروی کار سنگاپور فقط ۱/۱ میلیون است.

به قول گاری فاولر که پس از مشاهده و مطالعهٔ پنج کشور دیگر آسیای جنوب شرقی بالاخره سنگاپور را به عنوان محل مناسبی برای تأسیس کمپانی سازنده چیپ‌های سیلیکون که مدیریتش را به عهده دارد انتخاب کرد «سنگاپور مثل یک تجارتخانهٔ سازمان‌یافته اداره می‌شود.»[۵۶] البته انگیزه‌های مالیاتی و فضای مناسب کارخانه و عملکرد سریع دولتی نیز در تصمیم‌گیری نهایی او مؤثر بوده‌اند.

پنگ یوان هوانگ، رئیس هیئت توسعهٔ اقتصادی سنگاپور، در سال ۱۹۸۵ گفت: «معافیتهای مالیاتی ما شامل آن دسته از شرکتهایی می‌شود که حضورشان باعث می‌شود ما امتیازهایی در مسابقهٔ تکنولوژیکی بدست

آوریم و در طی ۱۵ تا ۲۰ سال آینده تفوق خود را نسبت به دیگر کشورهای منطقه حفظ کنیم.»[۵۷]

امروزه وجود کمپانیهای چندملیتی از جمله آی‌بی‌ام، جانسون اند جانسون، و بیش از ۶۰۰ کمپانی امریکایی عامل توسعهٔ صادرات و ظرفیت صنعتی سنگاپور است.[۵۸] شرکت کامپیوتر اَپل بیشتر کامپیوترهای 11e خود را در سنگاپور تولید می‌کند، جائی که مزد کارگر از ۲ تا ۳ درصد هزینه‌های تولید تجاوز نمی‌کند.[۵۹] دوسوم دیسک‌درایوهای کامپیوترهای ایالات متحد در سنگاپور تولید می‌شود. در عین حال دولت هم مراقب است تا با تخفیفهای مالیاتی و اعطای وامهای کم‌بهره و کمکهای مالی ابتکاری به شرکتها و سرمایه‌گذاران داخلی مدد رساند.

ادی فو، مدیرعامل سینگاترونیکس، یک تولیدکنندهٔ محلی وسائل الکترونیک می‌گوید: «ما نمی‌توانیم تا ابد به چندملیتیها متکی باشیم. آنها نه به ما وفادارند و نه تعهدی برای وفاداری کرده‌اند، ما برای آنکه بتوانیم زنده بمانیم باید شرکتها و تکنولوژی و سیستم بازاریابی و توزیع خودمان را توسعه دهیم.»[۶۰]

در سال ۱۹۸۰ ادی فو ریاست کمپانی را به دست گرفت. این کمپانی که سالی دو میلیون دلار ماشینهای حساب و بازیچه‌های الکترونیکی می‌فروخت پس از صرف مبلغی در جهت نوسازی دستگاههایش به تولید وسایل الکترونیکی پزشکی پرداخت و اکنون فروش همین ابزارهای پزشکی ۲۵ درصد از کل فروش ۳۳ میلیون دلاری سالیانهٔ شرکت را تشکیل می‌دهد.

وینسنت ییپ مدیرعامل شورای علوم سنگاپور که تحت پوشش دولت است به مجله‌ای تکنولوژی گفت: «در پنج یا ده سال آینده، قلب اقتصاد ما تکنولوژی پیشرفته‌ای خواهد بود که همین جا، در سنگاپور به سامانش رسانده‌ایم.»[۶۱] واقعهٔ تلخی که ممکن است بهرهٔ شیرینی نصیب اقتصاد سنگاپور کند این است که سرکوب دانشجویان در چین و گرایش هیأت حاکمهٔ چین به خشونت باعث شود سرمایه‌های بیشتری به

مالزی و تایلند سرازیر گردد ـ کشورهایی که دروازهٔ آنها از سنگاپور می‌گذرد نه هنگ‌کنگ.

تایوان: غول کوچک

تایوان از داشتن روابط تجاری با هر یک از ۱۲۰ کشوری که آن را به رسمیت نمی‌شناسند خوشحال است و حتی از ایجاد روابط تجاری با کشوری که خود تایوان از شناسایی آن سر باز می‌زند، یعنی «چین» استقبال می‌کند. این جزیرهٔ بیست میلیونی دشنام کشورهائی را که به رسمیت نمی‌شناسندش با سیلی اقتصادی جواب گفته است. سهم سرانهٔ تایوانیها از تولید ناخالص داخلی به سالانه شش‌هزار دلار افزایش یافته است،[۶۲] رقمی که از سهم سرانهٔ یونان یا پرتغال بیشتر است. در سال ۱۹۸۸ تجارت تایوان به رقم ۱۱۰/۳ میلیارد دلار رسید[۶۳] و این کشور را همردیف سوئد و کرهٔ جنوبی در شمار دوازده کشور تجاری عمدهٔ جهان قرار داد. مازاد تجاری تایوان از ۱/۸ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۱ به ۱۰/۹ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۸ رسید.[۶۴]

تایوان در سال ۱۹۸۸ حدود ۷۴ میلیارد دلار ذخیرهٔ ارزی خارجی داشت[۶۵] و این میزان ذخیرهٔ ارزی بعد از ذخیرهٔ ۸۷ میلیارد دلاری ژاپن دومین ذخیرهٔ ارزی جهان بود. ضمناً این را هم در نظر داشته باشیم که جمعیت ژاپن شش‌برابر جمعیت تایوان است. سال ۱۹۸۷، هم از نظر سیاسی سال مهمی برای تایوان بود و هم از نظرگاه اقتصادی و اجتماعی. در این سال برای اولین بار حکومت نظامی وضع شده در سال ۱۹۴۹ کنار رفت و همچنین ممنوعیت فعالیت احزاب سیاسی هم لغو شد. و از آن جالب‌تر برخی از موانع دیرینه‌ای که سد راه روابط دو کشور تایوان و سرزمین اصلی‌اش یعنی چین بود از میان برداشته شد و موجبات سفر بین دو کشور فراهم آمد.

اما پیش از این تحولات هم تجارت بین تایوان و سرزمین مادر از

طریق کشورهای واسطه به مرز ۲ میلیارد دلار در سال رسیده بود.[۶۶] و به محض اینکه اوضاع داخلی چین ثبات بیشتری یابد این رقم بیشتر هم خواهد شد. صنایع کارگرطلبی چون کفش‌سازی و جامه‌دوزی و برق‌افزارهای مصرفی ارزان‌قیمت، کارخانه‌هایشان را بوسیلهٔ شهروندان کشورهای دیگری از قبیل هنگ‌کنگ، به چین منتقل کرده‌اند.

هدف تایوان این است که با تحولی عمده فعالیتهای اقتصادی خود را از تولیدات سادهٔ کارگرطلبی نظیر کفش و لباس و اسباب‌بازی متوجه تولید وسایل الکترونیکی پرارزش کند، و بر اثر همین تحول عمده است که سهم محصولات کشاورزی در تولیدات ناخالص داخلی این کشور از ۳۲ درصد سال ۱۹۵۲ به کمتر از ۶ درصد در حال حاضر رسیده است.[۶۷]

تایوان هم مانند ژاپن به سرمایه‌گذاری در ایالات متحد پرداخته است. و سرمایه‌گذاری این کشور در ایالات متحد تا مارس ۱۹۸۸ رقمی بالغ بر ۱/۲۵ میلیارد دلار بود.[۶۸]

برخلاف سلیقهٔ ژاپن و کره در تشکیل کمپانیهای عظیم و محصولات انبوه، تایوان وجود کارگاههای کوچک را رمز موفقیت اقتصادی خود می‌داند: در سال ۱۹۸۷ تعداد ۳۱۶٬۷۱۲ کارخانه در تایوان وجود داشت و حال آنکه تعداد کل این کارخانه‌ها در سال ۱۹۶۸ تنها ۲۸٬۸۰۰ کارخانه بوده است.[۶۹] صنایع کوچکی از این دست قابلیت آن را دارند که با سرعت بیشتری خود را با تغییرات جهانی و شرایط بازار سازگار کنند و همین موضوع بر قدرت رقابت تایوان می‌افزاید.

در حوزهٔ سریع‌الرشد اقیانوس آرام، موفقیتهای اقتصادی نصیب کشورهایی خواهد شد که سریع‌تر عمل می‌کنند.

چین

چین، قدیمی‌ترین تمدن عمده و مداوم جهان است. تاریخ مدون

تمدن چین به سه‌هزار سال پیش بازمی‌گردد. ولی تغییرات و دگرگونیهای چین در صدسالهٔ اخیر در تاریخ این کشور بی‌سابقه است.

در سال ۱۹۴۹ رئیس حزب کمونیست چین، مائو، رژیمی کمونیستی را در چین پایه‌گذاری کرد. سی سال بعد، دنگ شیائوپینگ دروازه‌های اقتصاد چین را به روی مکانیسمهای اولیه و ابتدایی بازار گشود و چینیها که به‌هرحال تا قبل از سال ۱۹۴۹ سرمایه‌دار بوده‌اند با آغوش باز از «بازار آزاد» استقبال کردند.

* اولین مجتمع بازار آزاد شانگهای در ژیانوژو رود با ۳۰ غرفه در سال ۱۹۷۹ افتتاح شد.[۷۰]
* در سالهای اخیر، رشد متوسط تولید ناخالص ملی چین سالانه ده درصد بوده است و در شمار بالاترین نرخهای رشد در جهان.[۷۱]
* از سال ۱۹۷۸ تا ۱۹۸۸ تولید ناخالص ملی چین تقریباً چهاربرابر شده است.[۷۱]
* صادرات چین از ۳۰/۹ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۶ به ۴۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۸ رسید و چین به صورت دوازدهمین شریک بزرگ تجاری امریکا درآمد.[۷۲]
* حدود دوازده میلیون واحد تجاری آزاد در چین تشکیل شده است و ۲۲۵٬۰۰۰ واحد از این دوازده میلیون بیش از هشت نفر را در استخدام دارند (واحدهای هشت کارگره برطبق ضوابط چین، تجارت بزرگ محسوب می‌شود). علاوه بر این، حدود بیست میلیون نفر هم در بخش خصوصی به کار مشغولند.[۷۳]
* در میان کارخانه‌داران چینی، افراد فرهیخته‌ای هستند که می‌توانند در کشوری که متوسط درآمد سالانهٔ مردمش ۲۷۸ دلار است، سالی سه‌هزار دلار درآمد داشته باشند.[۷۴]

اما این رشد سریع در چین، باعث آزاد شدن نیروهائی شد که دولت از عهدهٔ اداره و مهارشان برنیامد. فساد بیداد کرد و تورم در پنج ماههٔ اول سال ۱۹۸۹ افزایش سالانه‌ای معادل ۲۵ درصد را نشان داد.[۷۵] جوانها با آغوش باز از شیوه‌های غربی استقبال کردند (رجوع شود به فصل ۴، شیوهٔ جهانی زندگی و ناسیونالیسم فرهنگی) و فاصلهٔ عمیق بین اکثریت فقیر و طبقهٔ تازه به دوران رسیدگان کاملاً آشکار شد، و از همهٔ اینها مهارناپذیرتر تقاضای مردم بود به تأمین دموکراسی در کشور.

بطوری که همهٔ جهانیان می‌دانند، حرکت عظیم چینیها به سوی آزادی در روز سوم و چهارم ژوئن سال ۱۹۸۹ با موانعی برخورد کرد، هنگامی که دانشجویان غیرمسلح با اعتراض به توسعهٔ فساد، خواهان دموکراسی بیشتری شدند، سربازان دولتی به صفوف آنان حمله بردند و صدها و شاید هزاران تن را به خاک و خون کشیدند.

در خلال ماههای پس از این سرکوب، چین با محکومیت جهانی مواجه شد. سفارتخانه‌ها و شرکتهای چندملیتی اعضاء و سرمایه‌های تشکیلات خود را از چین خارج کردند. بانک جهانی و دیگر بانکها پرداخت وامهای چند میلیارد دلاری خود را معلق گذاشتند ـ از آن جمله ژاپن بود که پرداخت ۶ میلیارد دلار وام خود را متوقف کرد. صنعت توریسم چین صدمه دید و چین حدود یک میلیارد دلار ارز مورد احتیاج حاصل از این صنعت را در سال ۱۹۸۹ از دست داد. سرمایه‌گذاران تایوانی و بخصوص هنگ‌کنگی وحشت‌زده عقب‌نشینی کردند. و همه سعی داشتند بفهمند چه خبر است.

آیا تندروهایی چون نخست‌وزیر لی‌پنگ در نبرد بر سر قدرت بعد ـیا حتی قبل‌ـ از برکناری دنگ شیائوپینگ موقعیت خود را تحکیم می‌کردند؟ آیا رهبران دانشجویانی که به غرب گریخته بودند می‌توانستند جنبش مقاومت موفقی را در تبعید سازماندهی کنند، همچنان که سون یات سن قبل از سال ۱۹۱۱ کرده بود؟ و آیا هدف این جنبش اصلاح خواهد بود یا براندازی رژیم کمونیستی؟ و چینیهای

ثروتمند خارج از کشور چه نقشی در آیندهٔ کشور بازی می‌کردند؟ آیا هنگ‌کنگ می‌تواند اعتماد داشته باشد که چین بر سر قولش مبنی بر حفظ سرمایه‌داری و آزادی هنگ‌کنگ باقی بماند، آن هم پس از قتل‌عام ژوئن سال ۱۹۸۹؟

درواقع سؤالات بسیاری دربارهٔ چین در اذهان مطرح می‌شود، سؤالهایی که هنوز جوابهای قاطعی برایشان نداریم و گزارشهائی هم که در غرب منتشر شده است غالباً مبهم است:

دنگ دائماً قول می‌دهد که اصلاحات اقتصادی ادامه خواهد داشت، حال آنکه لی پنگ خواهان برنامه‌ریزی متمرکز است. دنگ، ژیانگ زمین، رئیس حزب شانگهای را که به طرفداری از سیاستهای اقتصادی مطلوب غرب معروف است، به جانشینی خود برمی‌گزیند ولی در عین حال اجازه می‌دهد که دانشجویان و کارگران مظنون به طرفداری از تظاهرکنندگان دموکراسی‌طلب مورد آزار و اذیت قرار بگیرند.

کلاس سال اول دانشگاه پکن در پاییز سال ۱۹۸۹ هشتصد نفر دانشجو داشت،[۷۶] در مقابل دو هزار دانشجوی سالهای قبل، و دانشجویان می‌بایست قبل از شروع کلاسها، یک سال آموزشهای عقیدتی ببینند. برخی از سال آخریها ناچار بودند یک سال در روستاها کار کنند تا بتوانند شغلی بگیرند.

ساحل طلا

تجار و بازرگانان غربی حیران سرنوشت برنامهٔ «ساحل طلا»ی چین هستند که قرار بود در شهرهای ساحلی از قبیل گواندونگ و فوجیان اجرا شود. هدف این برنامه توسعهٔ سریع صنایع کم‌دستمزد و صادراتی است، چیزی شبیه سیاست اقتصادی ببرهای چهارگانه. از گواندونگ، صادرکنندهٔ درجه اول چین، با کمک واسطه‌های هنگ‌کنگی معادل ۵/۵ میلیارد دلار کالا در سال ۱۹۸۷ صادر شد.[۷۷] همین شهر در همان سال ۵/۳

میلیارد دلار از سرمایه‌های خارجی را به چین جذب کرد، یعنی بیش از نیمی از کل سرمایه‌گذاریهای خارجی در چین.

علاوه بر این در گواندونگ که محل زندگی ثروتمندترین مصرف‌کنندگان چینی است، ۶۰ هزار واحد شغلی ایجاد شده است. متوسط درآمد هر شخص در گواندونگ ماهی صد دلار است[۷۸] که این میزان دوبرابر درآمد در ایالت همسایه‌اش هونان است و تقریباً برابر با درآمد سرانه در تایلند که معمولاً پنجمین ببر آسیا نامیده می‌شود و نیز ترکیه که تقاضای پیوستن به جامعهٔ اقتصادی اروپا را کرده است.

حدود پنج درصد جمعیت در مناطق پررفاه و رونق شرق چین، سالانه بیش از ده‌هزار یوان ـ معادل ۲٬۷۰۰ دلار ـ درآمد دارند.[۷۹]

تقریباً تمامی سی هزار سکنهٔ شهر ساحلی شیشی در شمال شیامن در ایالت فوجیان، یخچال و تلویزیون دارند. در شیامن، بخش خصوصی مسئولیت ۴۲ درصد از تولیدات صنعتی را به عهده دارد و در شیشی این میزان ۸۲ درصد است.[۸۰]

از مدتها قبل از واقعهٔ میدان تیان‌آن‌من، شکاف بین ساحل طلا و بخشهای فقیرتر داخلی کاملاً مشهود بود. دولت نمی‌خواست این «غاز طلایی» را بکشد، بلکه درصدد بود آن را رام بکند (غاز طلایی لقبی است که واشینگتن پست به این منطقهٔ ساحلی پربرکت داده است). دولت برای کند کردن آهنگ تورم و توسعهٔ صنعتی، اجرای هزاران پروژهٔ ساختمانی و سرمایه‌گذاری را به تعویق انداخت.[۸۱]

اگرچه پکن درصدد مجازات برخی از مأموران فاسد حاشیهٔ ساحل طلا برآمده است ولی ساکنان این ناحیه توانسته‌اند از زورگوییهای پس از ماجرای میدان تیان‌آن‌من معاف مانند، آنان تا حد زیادی به حال خود واگذاشته شده‌اند تا به آن کاری که در آن تبحر دارند ادامه دهند، یعنی پول درآوردن.

علی‌رغم روی آوردن هفتاد میلیون چینی از بخش کشاورزی به صنعت، اقتصاد چین هنوز هم بر کشاورزی استوار است.[۸۲] هشتصد

میلیون چینی، یعنی یک نفر از هر ۳ نفر چینی روی کرهٔ زمین، به کشاورزی اشتغال دارند و از برکت سیاستهای تشویق کشاورزان جزء، درآمد روستائیان در طول یک دهه، سه‌برابر شده است. ولی با اینحال هنوز هم یک‌دهم مردم چین از تأمین پوشاک و غذای خود به مقدار کافی ناتوانند. یک عقب‌گرد محافظه‌کارانه بزحمت می‌تواند گرهی از کارشان بگشاید.

مسئلهٔ سیاست

به نظر می‌رسد که دنگ در نظر دارد در عین برقراری آزادی اقتصادی، آزادی سیاسی را سرکوب کند. کافی است او نگاهی به همسایگان چین، یعنی سنگاپور و تا همین اخیراً تایوان و کرهٔ جنوبی بیندازد تا دریابد که چگونه این هر دو تفکیک‌ناپذیرند. درواقع درسی که از مشاهدهٔ ببرهای چهارگانهٔ منطقه آموخته می‌شود این است که آزادی اقتصادی سنگ بنای آزادی بیشتر سیاسی است. و امید به آیندهٔ درازمدت است که بسیاری از معاملات غرب با چین را توجیه می‌کند.

پرزیدنت جرج بوش، با مقاومت در مقابل فشارهای کنگره، تنها مجازاتهای محدودی را در مورد چین اعمال کرد و دلیلش هم برای این کار آن بود که اعمال مجازاتهای بیشتر بیش از آنکه تندروان دولت را صدمه بزنند، موجب ناراحتی ۱/۱ میلیارد مردم چین خواهد شد. ولی دانشجویان و مخالفان خواهان ادامهٔ فشارها هستند.

چن ییزی، یکی از عالی‌رتبه‌ترین مقاماتی که از چین فرار کرده و از همکاران ژانوژیانگ، لیبرال مخلوع بود می‌گوید: «کاهش تحریمهای اقتصادی، در حکم ماسک اکسیژن است برای دولت لی‌پنگ.»[۸۳]

به نظر می‌رسد که واشینگتن دنباله‌رو نظریهٔ مبارز قدیمی جنگ سرد یعنی ریچارد نیکسون است که می‌گفت اعمال فشار بیشتر باعث انزوای خشمگینانهٔ چینیها می‌شود و «شانس مردم را برای پیشرفتهای بیشتر

اقتصادی و نتیجتاً اصلاحات سیاسی از بین خواهد برد.» نیکسون می‌گوید که غرب به جای اعمال فشار بیشتر باید «موجباتی فراهم آورد که رهبران چین بار دیگر کار اصلاحات اقتصادی را در پیش گیرند و به موازات آن اصلاحات سیاسی مسالمت‌آمیز را نیز ادامه دهند.»[۸۴]

و به نظر می‌رسد که این سیاست، سیاست غالب باشد: رئیس بانک جهانی، باربر کنابل در پائیز سال ۱۹۸۹ اعلام کرد که امیدوار است بتواند وامهای بانک جهانی را که در ژوئن آن سال از چین دریغ شده بود، آزاد کند. روابط تجاری ژاپن و چین هم پس از وقفهٔ کوتاهی دوباره از سر گرفته شد و هشتاد درصد از ۳۳۳ شرکت ژاپنی که چین را ترک کرده بودند پس از سه ماه بار دیگر بدانجا بازگشتند.[۸۵]

نیکسون معتقد است که تلاشهای دموکراسی‌خواهانه باید از طریق کانالهای خصوصی ادامه یابد. یکی از این طرق، آنا شِنو، بیوهٔ چینی‌تبار سرلشکر کلر شِنو و قهرمان قدیمی اهداف ناسیونالیستی در طول دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ است. او که از دوستان بوش است به صدر رهبری چین دسترسی دارد و بکرات به چین سفر کرده است.

بانو شِنو، گرچه نسبت به حفظ آبروی چین حساسیت دارد ولی در مشاوره‌هایش قاطع و صریح است. او به رهبران چین گفته است که اگر بنا باشد چین نقشی در امور جهانی داشته باشد، آنان ناگزیرند ضوابط پذیرفته شده در روابط بین‌المللی از جمله حقوق بشر را محترم شمارند.[۸۶]

هزارهٔ چین

با همهٔ اما و اگرهائی که چندان هم اندک نیست، جای شکی نمانده است که رشد اقتصادی چین، خارق‌العاده بوده است. منابع اقتصادی تاکنون بیشتر از طریق همکاریهای با هنگ‌کنگ عاید چین شده است. ولی به محض آنکه چین ثباتی پیدا کند و دوباره به سیر پیشرفت خود

ادامه دهد، روابطش با تایوان هم فعال خواهد شد و سفینهٔ اقتصاد چین که با حرکتی جهشی مسیر خود را به سوی پیشرفت آغاز کرده است با مدد دو راکت قوی یعنی هنگ‌کنگ و تایوان نیروی محرکهٔ بیشتری دریافت خواهد کرد.

گزارش یک کمیسیون دولتی ایالات متحد در سال ۱۹۸۸ پیش‌بینی کرد که اقتصاد چین تنها تا دو دههٔ دیگر از نظر قدرت بلافاصله پس از اقتصاد ایالات متحد قرار خواهد گرفت.[۸۷]

در سال ۱۹۸۰، اقتصاد چین معادل نصف اقتصاد ژاپن و یک‌سوم اقتصاد اتحاد شوروی بود. تا سال ۲۰۱۰ احتمال دارد که از هر دو کشور بالاتر رود و این پیش‌بینی کمیسیون استراتژی هماهنگ درازمدت است. محاسباتی که برطبق آمار و ارقام کمیسیون برمبنای رشد سالانهٔ کمتر از پنج درصد انجام گرفته است، برآوردهائی محافظه‌کارانه است، زیرا رشد سالیانهٔ اقتصاد چین در سالهای اخیر ده درصد بوده است.

وقایع ناگوار میدان تیان‌آن‌من و پیامدهای اقتصادی آن این پیش‌بینی را از اعتبار ساقط نمی‌کند. ولو اینکه تندروها قدرت را قبضه کنند و به شیوه‌های خشونت‌بار انقلاب فرهنگی هم متوسل شوند، دیگر روی موافقت و حمایتی از مردم نخواهند دید.

رهبر حزب کمونیست چین، مائو و همسرش در اواسط دهۀ ۱۹۶۰ توانستند گروههائی از دانشجویان را برای اجرای کارهای پست و دون‌شأن انقلاب فرهنگی بسیج کنند، ولی دانشجویان امروزی سینه‌های خود را به شوق تحصیل دموکراسی بیشتر در معرض گلوله‌ها قرار می‌دهند.

دولت که با التفاتی به تقاضای دانشجویان برای مبارزه با فساد، موفق شده است امتیازاتی کسب کند اگر به سیاست برنامه‌ریزی متمرکز بازگردد عملش باعث کاهش رشد اقتصادی و کمیابی اجناس مصرفی خواهد شد، و این نتایج بر نارضایی عمومی خواهد افزود. با مرگ رژیم سابق به معنی واقعی کلمه، بالاخره به هر نحوی که باشد، نسل جدیدی

روی کار خواهد آمد که مزهٔ انگیزه‌های اقتصادی را چشیده است و برای تحقق بخشیدن آن مشتاق دموکراسی است.

امروزه تمامی جهان به سوی تحقق هرچه بیشتر دموکراسی پیش می‌رود و چین هم در این مسیر همگانی دنباله‌رو دیگران خواهد بود. ده سالی طول کشید تا آونگ ساعت چین از نوسانات افراطی دوران انقلاب فرهنگی به تعادل اصلاحات اولیهٔ دوران دنگ رسید و اکنون هم اگر گروه تندروان همهٔ قدرت خودشان را برای نامتعادل کردن حرکات این آونگ بکار گیرند، در طول زمانی بمراتب کمتر به وضع متعادل و معمولیش بازخواهد گشت.

افراطیهای چین به‌هرحال باید بدانند که اکنون سال ۱۹۹۰ است نه ۱۹۶۸. چین دروازه‌های خود را به روی جهان گشوده است. مردم چین چشم و گوششان باز شده است و پیشرفتهائی کرده‌اند. دیپلماتها و دانشجویان چینی مغرب‌زمین را دیده‌اند. ساکنان منطقهٔ ساحل طلا مرتباً برنامه‌های تلویزیون هنگ‌کنگ و تایوان را تماشا می‌کنند. صدها میلیون چینی به وساطت صفحهٔ تلویزیون با دنیای خارج آشنا شده‌اند و شیوه‌های ترور و وحشت دوران انقلاب فرهنگی هرقدر هم قوی باشد، دیگر در زمان حاضر و محیط جدید، کارایی چندانی نخواهد داشت.

دنگ شیائوپینگ می‌گوید تا سال ۲۰۵۰ کشور او با درآمد سرانهٔ چهارهزار دلار در سال «کشور نیمه‌توسعه‌یافته»ای خواهد بود.[۸۸] چین ناچار است برای رقابت با مالزی و تایلند چون هر کشور نوصنعتی‌شده‌ای به تولید کالاهای کم‌دوام بپردازد. دولت چین همچنان با استفاده از روش شل‌کن و سفت‌کن و کژدار و مریز اقتصادش را اداره خواهد کرد و در عین حال با تقاضاهای بیشتری برای آزادیهای سیاسی روبرو خواهد بود.

مسیر آیندهٔ چین مشخص شده است و راه برگشتی نیست. چین نمی‌تواند برای مدتی طولانی در همین نقطه‌ای که هست درجا بزند. غول بزرگ، افسارگسیخته است.

مالزی

پس از رکود موقت سال ۸۶–۱۹۸۵، هزینه‌های دولتی کاهش یافت، مقررات سرمایه‌گذاری خارجی سهل‌تر شد و فروش مؤسسات دولتی به بخش خصوصی آغاز گشت. اکنون مالزی از رشد اقتصادی بالایی برخوردار است و سریع‌ترین روند رشد دههٔ ۸۰ این کشور (معادل ۸/۷ درصد) در سال ۱۹۸۸ بود. انتظار می‌رود که وضع اقتصاد مالزی در سالهای ۱۹۸۹ و ۱۹۹۰ هم لااقل به همان مطلوبی باشد. کل صادرات مالزی در دو سالهٔ اخیر به ترتیب افزایشی معادل ۲۶ و ۲۳ درصد را نشان داده است (و این نرخ افزایش به معنای دوبرابر شدن صادرات است در عرض سه سال).

مالزی در عین حالی که عمدتاً کشوری کشاورزی است ولی پس از ایالات متحد و ژاپن سومین تولیدکنندهٔ مهم مدارهای الکترونیکی است. رقم قابل توجهی معادل ۵۳/۸ درصد از تولیدات صادراتی مالزی نیمه‌هادیها و دیگر وسایل الکترونیکی است. مالزی همچنین رشد سریعی را در زمینهٔ تولید دستگاههای تهویهٔ مطبوع و رادیو و تلویزیون آغاز کرده است.

دولت مالزی هم‌اکنون به تنظیم برنامهٔ وسیعی پرداخته است در زمینهٔ خصوصی کردن بخشهای صنعتی که قرار است در دههٔ ۱۹۹۰ به مورد اجرا گذاشته شود، آن هم در مقیاسی که کشورهای معدودی بدان دست یازیده‌اند. تقریباً نام پانصد شرکت که قرار است به مردم واگذار شود مشخص شده است و ۱۴۰۰ شرکت دیگر نیز بالقوه مشمول این تصمیم خواهند بود. این برنامهٔ فروش همهٔ مؤسسات اقتصادی را دربر خواهد گرفت اعم از سرویسهای عمومی و کارخانجات تولیدی و مؤسسات اقتصادی و امور مالی و کشاورزی و سازمانهای حمل و نقل و شرکتهای ساختمانی. سازمان ملی الکتریسیته بزرگترین مؤسسه‌ای است که مشمول این حراج خواهد شد. در این حراجها سی درصد سهام برای مالزی

محفوظ خواهد ماند. مالزی با این گام بزرگی که به سوی بازار آزاد برمی‌دارد و به برکت سیستم آموزشی مطلوبی که دارد و درآمد سرانه‌ای که هم‌اکنون ۱۹۲۰ دلار (یعنی بیشتر از درآمد سرانه در تایلند) است، محیط مساعدی خواهد شد برای فعالیت سرمایه‌گذاران خارجی.[۸۹]

تایلند

در سال ۱۹۸۸، اقتصاد تایلند افزایشی معادل ده درصد نشان داد که با نرخ رشد پیشرفته‌ترین اقتصادهای آسیای جنوب شرقی یعنی سنگاپور برابری می‌کند.[۹۰] نشریهٔ وال استریت ژورنال آسیایی، بازار بورس تایلند را یکی از «داغ‌ترین بازارهای بورس دنیا» نامیده است.[۹۱] تایلند با مزایائی از قبیل دستمزدهای پایین، نیروی کار فراوان و ارزان، ثبات سیاسی کشور و طبع تجارت‌پسند مردمش، با آغوش باز از خارجیها استقبال می‌کند. یکی دیگر از امتیازات تایلند آن است که در این کشور بیش از دیگر ممالک آسیای جنوب شرقی، آزادیهای فردی رعایت می‌شود. با این اوصاف، تعجبی ندارد اگر تایلند سرمایه‌گذاران اروپا و ایالات متحد و ژاپن و ببرهای چهارگانهٔ آسیایی را مشتاق و مجذوب خود کرده باشد.

آیا تایلند می‌رود پنجمین ببر اقتصادی آسیا شود؟

تمام نشانه‌ها دال بر مثبت بودن پاسخ این سؤال است. تا همین چند سال پیش هشتاد درصد درآمد صادراتی تایلند از چند قلم مایحتاج اولیه نظیر برنج و لاستیک و قلع حاصل می‌شد، ولی در سال ۱۹۸۵ تولیدات صنعتی جانشین محصولات کشاورزی شد و منبع اصلی عایدات صادراتی تایلند. و در سال ۱۹۸۸ ارزش صادرات تایلند با رشدی معادل ۳۶ درصد به مبلغ ۱۶ میلیارد دلار رسید. صادرات صنعتی تایلند در چندسالهٔ اخیر رشد سالانه‌ای بیش از ۴۰ درصد داشته است.[۹۲] درآمد

حاصل از توریسم نیز در تایلند چشمگیر است. در سال ۱۹۸۷ («سال دیدار از تایلند») ۳/۵ میلیون توریست بدان کشور سرازیر شدند و ۲ میلیارد دلار به اقتصاد آن کشور تزریق کردند. توریسم مهمترین منبع درآمد ارزی تایلند است.[۹۳]

اگرچه امروزه تولیدات صنعتی و خدمات، بیشترین سهم را در تولید ناخالص ملی تایلند دارند با اینهمه این کشور هنوز هم عمدتاً کشوری روستائی است و شصت درصد تایلندیها هنوز به کشاورزی اشتغال دارند.[۹۴] در سال ۱۹۶۵ تنها ۱۳ درصد جمعیت، در شهرها زندگی می‌کردند. در سال ۱۹۸۵ این رقم به ۱۸٪ افزایش یافته بود.[۹۵] حال آنکه در مالزی ۳۸٪ جمعیت شهرنشین هستند و در برزیل ۷۳ درصد.

اگرچه متوسط درآمد سرانهٔ تایلند از تولید ناخالص ملی سرانه در سال ۱۹۸۸ به مبلغ ۱۰۴۵ دلار رسید[۹۶] ولی این درآمد بطور یکسان توزیع نشده است. اما با توسعهٔ مشاغل صنعتی هم بر میزان درآمد عمومی افزوده خواهد شد و هم تقسیم این درآمد به شیوهٔ عادلانه‌تری صورت خواهد گرفت. ماکوتو ایکِدا مدیرعامل کارخانهٔ مینِبای تایلند می‌گوید: «در اینجا قابلیت تولید کارخانه‌های ما بیش از ژاپن است، زیرا متوسط سن کارگران ما درحدود ۲۰ سال است و بمراتب از کارگران ژاپنی جوان‌ترند.»[۹۷] مینِبا یک کارخانهٔ مشترک ژاپنی و تایلندی است که بولبرینگ تولید می‌کند.

دامری داراکاناندا از ساها یونیون می‌گوید: «ما به آینده فکر می‌کنیم. کره و تایوان ابتدا منسوجات صادر می‌کردند سپس رو به تولید و صادرات قطعات الکترونیک و کامپیوتر آوردند.»

داراکاناندا و YKK ژاپن مشترکاً شرکت ساها یونیون را در سال ۱۹۶۱ تأسیس کردند اما بعدها خود داراکاناندا مالک همهٔ سهام شرکت شد. این کمپانی هم‌اکنون بزرگترین صادرکنندهٔ محصولات صنعتی تایلند است با صادراتی متنوع از البسه گرفته تا کفشهای ورزشی نایک.

در سال ۱۹۸۸، دولت تایلند اعلام داشت که تایلند تا ده سال دیگر در

ردیف ممالک توسعه یافته درخواهد آمد[۹۸] اما ظاهراً آنقدرها هم طول نخواهد کشید. در سال ۱۹۸۸، تقریباً ۴٬۹۰۰ کارخانهٔ جدید در تایلند افتتاح شد و مجموع سرمایه‌گذاریها به ۱/۳۳ میلیارد دلار رسید.[۹۹] اکنون صندوقهای سرمایه‌گذاری که تخصصشان در امر سرمایه‌گذاری در سهام شرکتهای تایلندی است، در نیویورک و لندن و سنگاپور فعالیت دارند.

به پیش‌بینی «ادوارد چن» یک کارشناس مطالعات آسیایی در دانشگاه هنگ‌کنگ، تایلند در سال ۱۹۹۳ کشوری صنعتی خواهد بود.[۱۰۰]

این سیر سریع به سوی صنعتی شدن باعث نگرانی بعض خبرگان شده است.

اکونومیست شکوه می‌کند که به نظر می‌رسد تایلند تصمیم دارد کشوری صنعتی شود، اما با تحقق این هدف یکی از تواناییهای بزرگ خود یعنی «خدمات» را نادیده می‌گیرد.[۱۰۱] تایلند می‌توانست اولین کشوری باشد که در مسیر خود از مرحلهٔ صنعتی شدن بجهد و از دوران اقتصاد کشاورزی مستقیماً وارد مرحلهٔ اقتصاد خدماتی شود.

کمچورن ساتیراکول، رئیس بانک تایلند می‌گوید تایلند خوب پیش می‌رود، زیرا که دارد از نظریهٔ بودایی ماجهیما پاتیپادا یعنی اعتدال و میانه‌روی پیروی می‌کند و از افراط و تفریط می‌پرهیزد.[۱۰۲]

فراسوی آسیا

اتحاد جماهیر شوروی در حاشیهٔ اقیانوس آرام حضوری قوی دارد؛ ساحل شرقی سیبریایی آن کشور از شمال به جنوب، یعنی از آلاسکا تا ژاپن به طول ۲٬۲۰۰ مایل در امتداد اقیانوس آرام گسترده است.

رئیس جمهوری اتحاد جماهیر شوروی میخائیل گورباچف می‌خواهد در معجزهٔ اقتصادی آسیا سهمی داشته باشد. او از همسایگانش در اقیانوس آرام برای توسعه و احیاء سیبریه دعوت کرده است.

شورویها برای آنکه موفق شوند باید تکنولوژی و سرمایه را از ایالات متحد یا ژاپن وارد کنند و برای جذب یاران و شرکای اقتصادی «ناچارند توازن موجود سیاسی و استراتژیکی منطقه را قبول کنند، نه آنکه مدام در جستجوی راهی برای تغییر آن برآیند.» این سخن ریچارد هولبروک ـمعاون سابق وزیر امور آسیایی و مدیرعامل فعلی شرسون لمان هاتن- است. او معتقد است که این تنها راهی است که شورویها می‌توانند برای شرکت در رونق اقتصادی حاشیهٔ اقیانوس آرام، در آن قدم گذارند.[۱۰۳]

همزمان با رونق اقتصادی حاشیهٔ اقیانوس آرام، استرالیا هم می‌کوشد که آسیایی‌مآب شود. نام استرالیا در بخش اعظمی از تاریخش همواره با بریتانیا همراه بوده است و با توجه به عضویت این کشور در حلقهٔ ممالک مشترک‌المنافع این مسئله قابل فهم است. از جنگ دوم جهانی به این طرف هم استرالیاییها بیشتر به سوی ایالات متحد گرایش داشته‌اند. بالاخره هرچه باشد این ایالات متحد بود که استرالیا را از چنگ ژاپن نجات داد.

ولی امروزه درحالی که جهان پا به «قرن اقیانوس آرام» می‌گذارد، استرالیا نیز دارد احساس می‌کند که می‌تواند نقشی کلیدی در اقتصاد حاشیهٔ اقیانوس آرام داشته باشد و بر اثر همین احساس است که بتدریج و آهستگی خودش را با حریفان نوظهور آسیائیش تطبیق می‌دهد.

استرالیا محلی مناسب و مستعد است برای سرمایه‌گذاریهای خارجی. در سال مالی‌ای که به ماه ژوئن ۱۹۸۸ ختم شد، استرالیا حدود ۴ میلیارد دلار از سرمایه‌های خارجی را مستقیماً جذب کرد و ۲۰% این مبلغ از ژاپن بود.[۱۰۴] صنعت توریسم استرالیا در زمرهٔ سریع‌الرشدترین صنعتها در جهان است. دیگر صنعتهای پررونق استرالیا عبارت است از ملک‌داری، سهام‌بازی، کارخانه‌داری و بیمه.

به محض آنکه پا به هزارهٔ سوم میلادی بگذاریم، آثار وجودی بقیهٔ کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام ـیعنی مکزیکو و اکوادور و کرهٔ شمالی و ویتنام و غیره- را نیز احساس خواهیم کرد ولی امروزه توجه همگانی

معطوف به آسیاست.

در اقتصاد جهانی تیغ برندهٔ حاشیهٔ اقیانوس آرام «آموزش» است

در نظام نوین اقتصادی کشورهائی که بیشتر در زمینهٔ آموزش سرمایه‌گذاری می‌کنند از امکانات و قابلیتهای بیشتری برای رقابت با دیگران برخوردار خواهند بود.

در حاشیهٔ اقیانوس آرام که رشد اقتصادی بمراتب سریع‌تر از اقتصاد بالغ‌شدهٔ کشورهای غربی است، نیاز به افراد آموزش‌دیده بسیار زیاد است. امروزه دیگر رغبت روزافزون مردم حاشیهٔ اقیانوس آرام به آموزش و تحصیلات عالیه برای مردم مغرب‌زمین و بخصوص ایالات متحد امری کاملاً عادی شده است. در ایالات متحد ۴۴ درصد امریکائیان آسیایی‌تبار دارای مدارک دانشگاهی هستند[۱۰۵] و این درحالیست که تنها ۲۵ درصد کل جمعیت بالغ و بزرگسال در امریکا مدرک دانشگاهی دارند.

در یک جامعهٔ اطلاعاتی، ضرورت تحصیلات دانشگاهی برای توفیق در بازار احساس می‌شود. گرچه امریکائیان آسیایی‌تبار تنها ۱/۵ درصد جمعیت ایالات متحد را تشکیل می‌دهند،[۱۰۶] درآمد آنها اگر بیشتر از سفیدپوستان غیراسپانیایی‌نژاد نباشد، کمتر از آنها نیست. و این آمار با توجه به اینکه تقریباً تمامی این آسیاییها مهاجر هستند، قابل توجه است.

خانواده‌های چینی و ژاپنی و هندی و فیلیپینی، طبق تحقیقاتی که توسط کمیسیون حقوق مدنی امریکا انجام گرفته است، درآمد متوسطی معادل ۲۶٬۵۳۵ دلار داشته‌اند که این میزان از میانگین درآمد خانواده‌های سفیدپوست بیشتر است. خانواده‌های کره‌ای مختصری کمتر از این میزان درآمد داشتند یعنی ۲۵٬۲۳۴ دلار. در بین آسیاییهایی که در خارج از

امریکا به دنیا آمده‌اند و در آن کشور زندگی می‌کنند تنها درآمد خانواده‌های ویتنامی که ۱۵٬۸۵۹ دلار بود کمتر از درآمد متوسط خانواده‌های سفیدپوست بود. و میانگین درآمد خانواده‌های ژاپنی سالانه حدود ۹٬۰۰۰ دلار بیشتر از متوسط درآمد خانواده‌های سفیدپوست است.[۱۰۷]

کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام چقدر در امر آموزش سرمایه‌گذاری می‌کنند؟

ژاپن

در ژاپن، ۹۴ درصد از دانش‌آموزان پس از اتمام دورهٔ اجباری تحصیل در مدارس باقی می‌مانند و به درس ادامه می‌دهند[۱۰۸] حال آنکه در امریکا این آمار معادل ۸۶ درصد است و این میزان در مقابل انگلستان که تنها نیمی از شاگردانش پس از خاتمهٔ دورهٔ تحصیل اجباری به تحصیل ادامه می‌دهند، آماری چشمگیر است.

ژاپنیها به نسبت بیش از دیگر مردم دنیا صاحب مدارک و دانشنامه‌های علمی‌اند؛ ۶۸ درصد فرهیختگان ژاپنی در رشته‌های علمی فارغ‌التحصیل شده‌اند[۱۰۹] حال آنکه این نسبت در امریکا تنها ۲۵ درصد است.

دانش‌آموزان ژاپنی سالی ۲۴۰ روز، یعنی پنج روز و نیم در هفته به مدرسه می‌روند حال آنکه دانش‌آموزان امریکایی ۱۸۰ روز به مدرسه می‌روند. تازه در نظر اکثر ژاپنیها حتی این میزان هم کافی نیست و تقریباً پنجاه درصد بچه‌های مدارس متوسطه در ضمن برنامهٔ درسشان در مدارس معمولی به جوکو یعنی کلاسهای فوق‌العاده‌ای هم می‌روند که دانش‌آموزان را برای امتحانهای ورودی آماده می‌کنند.[۱۱۰] بیشتر کارشناسان متفق‌القولند که توفیق اقتصادی ژاپن با کارآیی و فعالیت شدید مدارس ابتدایی و متوسطهٔ آن کشور مرتبط است. درضمن از این

واقعیت نیز همه بخوبی آگاهند که سیستم آموزش عالی ژاپن ضعیف است. جولیا اریکسن، مدیرهٔ دانشگاه تمپل فیلادلفیا ـاولین کالج امریکایی که شعبه‌ای در توکیو تأسیس کرده‌ـ می‌گوید: «سیستم آموزش عالی امریکا بهترین سیستم جهان است و ژاپنیها نیز بدین واقعیت پی برده‌اند.»[۱۱۱]

و دقیقاً به همین دلیل است که ژاپنیها بی‌سر و صدا درصدد خریدن کالجهای کوچکی برآمده‌اند که غالباً در شهرهای کوچک امریکا به کار مشغولند. برنامهٔ درازمدت آنان این است که محیطهای مناسبی برای ادامهٔ تحصیلات فرزندانشان در ایالات متحد ایجاد کنند.

کره

کره‌ایها هم مثل ژاپنیها اهمیت زیادی به تحصیلات عالی می‌دهند. حدود یک‌سوم جوانان کره‌ای به دانشگاه راه می‌یابند.[۱۱۲] در کره ۸۵ درصد از گروه سنی هفده هجده‌سالگان در مدارس متوسطه به تحصیل ادامه می‌دهند که در بریتانیا این نسبت ۴۶ درصد و در فرانسه ۷۵ درصد است.

از سال ۱۹۸۵ تعداد جوانان کره‌ای شاغل به تحصیل در مدارس عالیه، بیش از جوانان انگلیسی بوده است.[۱۱۳]

نیمی از جمعیت بزرگسال سئول یا به دانشگاه می‌رود یا دورهٔ دانشگاه را به اتمام رسانده است.[۱۱۴] ولی تحصیلاتشان به دانشگاه و کالج ختم نمی‌شود، شرکتهای کره‌ای غالباً در ساعات کار، کلاسهای آموزشی برای کارگران فنی خود ـو به اصطلاح یقه‌سفیدهاـ ترتیب می‌دهند.

بر اساس گفتهٔ خانم ژاکلین پاک، عضو مؤسسهٔ اطلاعاتی علمی ایل‌های در سئول: کره به نسبت جمعیت دارای بیشترین صاحبان مدارک دکترا در جهان است.[۱۱۵] گروه صنعتی دِوو ناگزیر است تا سال ۱۹۹۰ تعداد هزار نفر از دارندگان درجهٔ دکترا را استخدام کند[۱۱۶] و بی‌شک بسیاری

از این افراد کره‌ایهایی خواهند بود که در ایالات متحد تحصیل کرده‌اند.

کرهٔ جنوبی سالانه ۳۲٬۰۰۰ فارغ‌التحصیل علوم کاربردی مربوط به مهندسی تحویل می‌دهد[۱۱۷] که این میزان به نسبت از میزان فارغ‌التحصیلان همین رشته‌ها در امریکا بیشتر و تقریباً برابر با ژاپن است. ولی با این حال باز هم برای هر ده‌هزار کارگر در کرهٔ جنوبی تنها ۳۲ مهندس موجود است. حال آنکه در ایالات متحد این میزان عبارت است از ۱۶۰ مهندس برای هر ده‌هزار کارگر و در ژاپن رقم چشمگیر ۲۴۰ مهندس برای ده‌هزار کارگر. نکتهٔ اعجاب‌برانگیز آن است که ژاپن، حتی زمانی هم که درآمد سرانه‌اش حدود درآمد سرانهٔ امروزی کره بود باز هم ۲۴۰ مهندس برای هر ده‌هزار کارگر داشت.

به نقل از یکی از نشریات انستیتو اقتصادی کره، وقتی که دولت نتوانست به دلیل «عدم وجود منابع مالی» پاسخگوی نیاز تأسیس مدارس باشد، بخش خصوصی «وارد عمل» شد.[۱۱۸] هم‌اکنون ۲۰۶ دانشگاه از ۲۵۶ دانشگاه کرهٔ جنوبی در مالکیت شرکتهایی چون هیوندای و دِوو و خطوط هوایی کره می‌باشند.

تایوان

در تایوان و کره تمایل به تحصیلات بیش از هر کشور توسعه‌یافته‌ای جز امریکا و ژاپن، یا در حدی است که می‌تواند با دیگران رقابت کند.

در ایالات متحد امریکا ۴۴ درصد از فارغ‌التحصیلان دبیرستانی به دانشگاه می‌روند، در ژاپن ۳۹ درصد، در فرانسه ۳۰ درصد، در ایتالیا ۳۶ درصد، در آلمان ۱۸ درصد، در هلند ۱۵ درصد، در انگلستان تنها ۷ درصد. در کرهٔ جنوبی حدود ۳۶ درصد فارغ‌التحصیلان دبیرستانی به

تحصیلات عالیه ادامه می‌دهند، و در تایوان این میزان تقریباً ۳۰ درصد است.[۱۱۹] در تایوان، هشتاد درصد گروه سنی هفده تا هیجده سال به تحصیل اشتغال دارند و این درصد رو به افزایش است. ولی تنها برای یک‌سوم دانش‌آموزان سال آخر دبیرستانها در انستیتوهای آموزش عالی جای خالی وجود دارد. در بیست سال آینده این میزان به ۴۰ درصد افزایش خواهد یافت.[۱۲۰]

هرساله بیش از هفت‌هزار دانش‌آموز تایوانی برای ادامهٔ تحصیل به خارج می‌روند ولی مشکل اینجاست که بطور میانگین فقط ۱٫۶۰۰ تن از آنان پس از اتمام تحصیل به تایوان بازمی‌گردند. تایوان جمعاً حدود صدهزار دانشجو برای تحصیلات دانشگاهی به ایالات متحد فرستاده و ۸۵ درصد از ده‌هزار نفری که موفق به اخذ درجهٔ دکترا شده‌اند در ایالات متحد مانده‌اند.

مشکل آموزش

چین نیز در زمینهٔ آموزش با همین مشکلات روبروست. از سی و شش هزار دانشجوی چینی که برای تحصیل به ایالات متحد رفته‌اند تنها ۸٬۸۰۰ تن از سال ۱۹۷۹ تاکنون به چین بازگشته‌اند.[۱۲۱]

کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام با مشکلات بزرگی در زمینهٔ آموزش روبرو هستند. کشورهای پرجمعیتی چون چین و اندونزی باید طرق جدیدی برای آموزش میلیونها دانش‌آموز خود پیدا کنند.

با احساس نیاز گسترده و روزافزون کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام به امر آموزش، مردم این کشورها نیز بیش از پیش به امریکا و ژاپن روی خواهند آورد و همین مسئله باعث خواهد شد که ایالات متحد فرصتی بدست آورد تا بر نفوذش در منطقه، بخصوص در مقابله با ژاپن، بیفزاید. ایالات متحد امریکا، با طرح برنامه‌های همکاریهای آموزشی می‌تواند کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام را یاری دهد تا بتوانند آسیاییها

را در آسیا آموزش دهند، نه اینکه همه را راهی امریکا کنند.

حضور امریکا در حوزهٔ اقیانوس آرام

لزومی ندارد که ایالات متحد، حوزهٔ اقیانوس آرام را منطقه‌ای دورافتاده و غیرقابل دسترسی تلقی کند.

ایالتهای ساحل غربی امریکا، که بخش اعظم حوزهٔ اقیانوس آرام را تشکیل می‌دهند، در موقعیت مناسبی هستند برای شرکت و سرمایه‌گذاری در نهضت «قرن اقیانوس آرام» و ایفای نقشی اساسی در توسعهٔ ممالک حاشیهٔ اقیانوس آرام:

* دبیرستان مونت اجکومب در «سیتکا»ی آلاسکا مقرر کرده که دانش‌آموزان باید زبان ژاپنی یا چینی را به مدت یک سال بخوانند و حداقل در یک کلاس دیگر که مربوط به حوزهٔ اقیانوس آرام باشد شرکت جویند. بیش از یک‌سوم دانش‌آموزان در برنامهٔ حوزهٔ اقیانوس آرام مدرسه شرکت جسته‌اند. فرماندار استیو کوپر خواهان تشکیل کلاسهای حوزهٔ اقیانوس آرام در تمامی مدارس آلاسکاست.[۱۲۲]
* در ایالت واشینگتن، از هر شش شغل، یک شغل به نحوی در ارتباط با تجارت است. جان اندرسون، مدیر سابق بخش تجارت و توسعهٔ اقتصادی ایالت واشینگتن می‌گوید: «ژاپنیها آماده‌اند تا بیشتر در امور تجاری ایالات متحد شرکت جویند و ما هم مثل ایالتهای دیگر آماده‌ایم که با آنها همکاری بکنیم.»[۱۲۳]
* بانک سانفرانسیسکو اولین بانک امریکایی بود که اخیراً شعبه‌ای برای ارائهٔ کلیهٔ خدمات بانکی در چین افتتاح کرد. بانک اورینت با بیست نفر اعضایی که رو به افزایش نیز هست، در شیامن، سیصد مایلی شمال هنگ‌کنگ اولین بانک مستقل

امریکایی است که در چهل سال اخیر به فعالیتهای بانکی اشتغال دارد.[۱۲۴]

کالیفرنیا: کلان ایالت امریکا

به حکم همهٔ واقعیات ملموس، کالیفرنیا نه یک ایالت که کشوری در حوزهٔ اقیانوس آرام است.

کالیفرنیا، جدا از دیگر ایالات امریکا به تنهایی دارای ششمین اقتصاد بزرگ دنیاست و تنها پنج کشور جهان، یعنی ایالات متحد و شوروی و ژاپن و آلمان غربی و فرانسه، بیش از کالیفرنیا تولید می‌کنند. تا سال ۲۰۰۰ کالیفرنیا مقام چهارم را احراز خواهد کرد.[۱۲۵] تولید ناخالص ایالتی کالیفرنیا در سال ۱۹۸۸ به ششصد میلیارد دلار رسید و در پنج سال اخیر رشد میانگین چشمگیری معادل سالانه ده درصد داشت.

کالیفرنیا بزرگترین صادرکنندهٔ محصولات کشاورزی و تولیدات صنعتی ایالات متحد است و در زمینه‌هایی از قبیل امور فضائی و دفاعی، توریسم و ساختمان و تکنولوژی سرآمد ایالات دیگر است. یک‌سوم کمپانیهای تکنولوژی عالی و درحدود یک‌سوم مؤسسات بیوتکنولوژی امریکا در کالیفرنیا متمرکزند.[۱۲۶]

تعداد دانشمندان و مهندسین کالیفرنیا بیش از مجموع دانشمندان و مهندسین دو ایالت از علمی‌ترین ایالات امریکاست.[۱۲۷]

به نظر می‌رسد که عمر رهبری و پیشتازی نیویورک در بانکداری نیز دارد بسر می‌رسد.

دوازده واحد از بزرگترین مؤسسات اعتباری و پس‌انداز، دفاتر اصلی‌شان را در کالیفرنیا مستقر کرده‌اند، سه واحد در لوس‌آنجلس و دو واحد در بورلی هیلز. تنها در خلال سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۶ سپردهٔ بانکهای لوس‌آنجلس با رسیدن به رقم ۱۴۵ میلیارد دلار افزایش چشمگیر ۶۵ درصد را نشان می‌داد، حال آنکه سپرده‌های بانکهای نیویورک با افزایش

تنها ۷ درصد به ۱۹۲ میلیارد دلار رسید.

کالیفرنیا کعبهٔ ژاپنیهاست. بیش از هفتصد و پنجاه شعبهٔ فرعی شرکتهای ژاپنی و ۹ بانک وابسته به ژاپن که دارائی‌شان مجموعاً به بیش از ۱۰ میلیارد دلار بالغ می‌شود در کالیفرنیا مستقر شده‌اند. بیش از ۴۰ درصد از کل سرمایه‌گذاریهای ژاپنی در امریکا، در کالیفرنیا متمرکز شده است.[۱۲۸] هشت کمپانی اتومبیل‌سازی ژاپن در لوس‌آنجلس دفتر دارند و همچنین کمپانی هیوندای کرهٔ جنوبی.

کالیفرنیا، دروازهٔ بی‌چون و چرای امریکاست به حوزهٔ اقیانوس آرام. میزان کل تجارت از طریق بنادر کالیفرنیا از ۸/۷ میلیارد دلار سال ۱۹۷۰ به ۱۱۸ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۷ افزایش یافته است،[۱۲۹] و هشتاد درصد این مبلغ از تجارت با کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام حاصل شده است.[۱۳۰] کالیفرنیا پس از ایالات متحد بزرگترین شریک تجاری ژاپن است ـ میزان تجارت کالیفرنیا با ژاپن در سال ۱۹۸۷ به ۴۱/۵ میلیارد دلار بالغ شد[۱۳۱] یعنی معادل تقریباً نیمی از مجموع تجارت چهل و نه ایالت دیگر امریکا. کالیفرنیا همچنین اولین مقام را دارد در سرمایه‌گذاریهای عمدهٔ ایالات متحد در ممالک خارجی. سالانه صد میلیارد دلار از طریق کالیفرنیا می‌گذرد.[۱۳۲] در سالهای ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷ حدود سی و پنج درصد کل تجارت ایالات متحد با آسیا از طریق بنادر کالیفرنیا انجام شد.

بنادر لوس‌آنجلس و لانگ‌بیچ بزرگترین پذیرندگان محموله‌های تجارتی امریکا هستند و تعداد کشتیهایی که به این بنادر وارد می‌شوند از نیویورک سبقت گرفته است.[۱۳۳] با افتتاح مرکز تجاری جهانی ۵۵۰ میلیون دلاری لوس‌آنجلس، روند این رشد سریع‌تر نیز خواهد شد.

لوس‌آنجلس

شهر لوس‌آنجلس با هفت میلیون جمعیت، دومین شهر بزرگ امریکاست و جمعیت آن همچنان رو به افزایش. نیویورک اولین شهر

امریکا ۸/۸ میلیون جمعیت دارد ولی روزبروز از جمعیت آن کاسته می‌شود. تا سال ۲۰۰۰ جمعیت شهر لوس‌آنجلس که گمان می‌رود ۸/۸ میلیون باشد[۱۳۴] از جمعیت نیویورک که تا آن زمان ۸/۴ میلیون خواهد شد، پیشی خواهد گرفت.

نورمن فایفر آرشیتکت از مؤسسهٔ هاری هولزمن فایفر نیویورک می‌گوید: «دور، دور لوس‌آنجلس است.» لوس‌آنجلس اکنون دروازه و معرف حوزهٔ اقیانوس آرام و آسیاست، همان وضعی که نیویورک در دویست سال قبل نسبت به اروپا داشت.»[۱۳۵]

لوس‌آنجلس به صورت یکی از بزرگترین نوآوران و مبتکران در زمینه‌هایی چون هنر و معماری و مد و زیبایی و غذا و موسیقی و فرهنگ عامه و صدالبته فیلمهای سینمائی در آمده است. گالریهای هنری هالیوود، وست‌هالیوود و سانتامونیکا، لوس‌آنجلس را تبدیل به بزرگترین بازار هنری معاصر امریکا ـ بعد از نیویورک ـ کرده‌اند.

رونالد چیس، نقاشی که از سال ۱۹۷۴ در سان‌فرانسیسکو کار می‌کند می‌گوید: «تحرک لوس‌آنجلس مورد تحسین تمامی هنرمندان جوان است، هر کسی که قدم بدانجا می‌گذارد نمی‌تواند مجذوبش نشود.»[۱۳۶]

لوس‌آنجلس دارای دویست و پنجاه هزار مؤسسه‌ای است که حدود ۶/۵ میلیون نفر را در استخدام دارند، یعنی بزرگترین مجمع دانشمندان، ریاضیدانان، مهندسین و تکنیسینهای ماهر در ایالات متحد. لوس‌آنجلس سالانه به ارزش ۲۵۰ میلیارد دلار کالا و خدمات تولید می‌کند. امروزه ده درصد مشاغل لوس‌آنجلس مربوط به امور تجاری است و تا سال ۲۰۱۰ این نسبت به ۲۰ درصد افزایش خواهد یافت.[۱۳۷]

سان‌فرانسیسکو

به نظر می‌رسد که سان‌فرانسیسکو در مسابقه برای سرمایه‌گذاری حوزهٔ اقیانوس آرام نتواند با لوس‌آنجلس به رقابت برخیزد. جیمز

میسکال، از اهالی جنوب کالیفرنیا و مدیرعامل بانک آو امریکا که دفتر مرکزی‌اش در سان‌فرانسیسکوست می‌گوید: «حوزهٔ اقیانوس آرام اکنون در بورس است و شهر شمارهٔ یک حاشیهٔ اقیانوس آرام هم لوس‌آنجلس است. ما همه سان‌فرانسیسکو را دوست داریم ولی هرچه باشد عمدهٔ کار ما اینجا در لوس‌آنجلس متمرکز است.»[۱۳۸]

ژاپنیها و دیگر سرمایه‌گذاران آسیایی هم لوس‌آنجلس را به سان‌فرانسیسکو ترجیح می‌دهند زیرا لوس‌آنجلس مزایایی چون فضای بیشتر و حال و هوای موافق توسعه و رشد دارد و مهمتر از همه اینکه شمار کثیری از مهاجرین آسیایی در آنجا مقیمند، البته خود مردم این شهر و شرایط اقلیمی و وضع تجارتیش نیز از دیگر عوامل امتیازآور است.

بنادر لوس‌آنجلس و لانگ‌بیچ در تجارت شکوفای اقیانوس آرام، گوی سبقت را از سان‌فرانسیسکو و اوک‌لند ربوده‌اند.

سان‌فرانسیسکو از مشکلاتی که برای رقابت با لوس‌آنجلس در مورد جذب تجارت آسیایی پیش رو دارد کاملاً آگاه است اما خیال تسلیم شدن ندارد. شهردار سان‌فرانسیسکو، آرت اگنوس، یک مهاجر چینی چهل سالهٔ تحصیلکردهٔ امریکا و هنگ‌کنگ به نام جیمز هو را به عنوان معاون خود در مسائل توسعهٔ اقتصادی و تجاری انتخاب کرده است. هو فعالیتهای تجاری شهر را هماهنگ می‌کند و با چینیها در تایپه و پکن و همچنین با ژاپنیها ملاقاتهایی داشته است. امتیاز اصلی و کلیدی منطقهٔ سان‌فرانسیسکو این است که در این شهر میزان مشاغل جدیدالتأسیس سالانه بیش از منطقهٔ لوس‌آنجلس است.

مارک چاندلر از دفتر شهرداری سان‌فرانسیسکو می‌گوید: «ما به دنبال سرمایه‌گذاریهایی در معاملات سوداگرانه‌ای از قبیل خرید و فروش املاک و دفاتر نیستیم، ما درصدد آنیم که در این ساختمانها با راه انداختن کسب و کاری تازه، مشاغل جدیدی بوجود آریم.»[۱۳۹]

مهاجرت: پلی ارتباطی بر فراز اقیانوس آرام

مهاجرت آسیاییها به کالیفرنیا حیات جدیدی در این ایالت می‌دمد و باعث برقراری پیوندهای مهمی در دو سوی اقیانوس آرام می‌شود. تام براون گزارشگر حوزهٔ اقیانوس آرام در تایمز چاپ سیاتل می‌نویسد: «این روزها مد شده است که فرودگاه بین‌المللی لوس‌آنجلس را جزیرهٔ الیس* دههٔ ۱۹۸۰ بنامند. در مدارس دولتی لوس‌آنجلس بچه‌ها حداقل به ۸۴ زبان تکلم می‌کنند.»[۱۴۰]

* مونتری پارک در حومهٔ لوس‌آنجلس با سکنه‌ای درحدود ۶۵ هزار نفر ـ در مقابل تایپه پایتخت تایوان ـ به تایپهٔ صغیر معروف است. نیمی از سکنهٔ این ناحیه آسیاییها هستند، بالاترین نسبت در مقایسه با دیگر شهرهای امریکا.
* درست در قسمت غرب محلهٔ مرکزی لوس‌آنجلس، در امتداد بلوار المپیک، بلوکهای ساختمانی بی‌شماری را می‌بینیم که تقریباً تمامی پلاکها و تابلوهای آنها به زبان کره‌ای است. در بخشهایی از اورنج کانتی، زبان ویتنامی، زبان رایج مردم است.
* منطقهٔ لوس‌آنجلس برای کره‌ایها بیش از هر محل دیگری در خارج از کره، و برای فیلیپینیها هم بیش از هر جای دیگر در خارج از مانیل، وطن محسوب می‌شود.

لوس‌آنجلس سیصد رستوران تایلندی و پانصد بار سوشی و ۶۰۰ سالن غذاخوری کره‌ای دارد.[۱۴۱]

کالیفرنیا سریع‌الرشدترین ایالت امریکا تا سال ۲۰۰۰ بالغ بر ۳۳ میلیون جمعیت خواهد داشت.[۱۴۲] و موقعیت استراتژیکی آن یعنی

* جزیره‌ای به وسعت ۱۱ هکتار در بخش علیای خلیج نیویورک که قبلاً بزرگترین مرکز مهاجرتی امریکا بود.ـ م.

نزدیکیش با بازارهای پول‌ساز حاشیهٔ اقیانوس آرام، در سالهای آینده بزرگترین منبع درآمد طبیعی این ایالت خواهد بود.

واشینگتن

ایالت واشینگتن هم که در ساحل اقیانوس آرام است بهره‌برداری از امکانات بازرگانی ناشی از موقعیت جغرافیایی‌اش را شروع کرده است. کشتیها ۳۶ ساعت زودتر از لوس‌آنجلس به سیاتل می‌رسند. کارول جونز، معاون بازرگانی در کُد بلو (Code Bleu) می‌گوید: «ما سهل‌الوصول‌ترین بندر ایالات متحد برای واردات آسیایی هستیم و این مزیت بزرگی است.»[۱۴۳]

سیاتل از این امتیاز برای تبدیل شدن به یک مرکز مد استفاده می‌کند. صنایع سیاتل پاسیفیک از برکت مارکهائی نظیر یونیون بی (Union Bay) و ریونیون (Reunion) و هیت (Heet)، ۱۶۰ میلیون دلار درآمد دارند. دیگر کمپانیهای سیاتل عبارتند از پوشاک ورزشی جنرا (Generra) و شاه سفری (Shah Safari) و کُد بلو و فرش (Fresh) و اسکویز (Squeeze) و موتو (M'otto). لباسها اکثراً در سیاتل طراحی و در آسیا تولید می‌شوند. سیاتل چهارمین تولیدکنندهٔ بزرگ پوشاک کشور است.[۱۴۴]

صنایع سیاتل سالانه سه بار نمایشگاه «پیش از عرضه» ترتیب می‌دهند. وجه تسمیهٔ این نمایشگاه این است که قبل از نمایشگاههای تجارتی اصلی در لوس‌آنجلس و نیویورک و صرفاً به قصد معرفی کالا دایر می‌شود. و همین نمایشگاه سیاتل است که تکلیف مد لباس جوانان را روشن می‌کند.

جای تعجبی ندارد اگر کمپانی سونی هم تحت تأثیر همین مزیت، یعنی سی و شش ساعت نزدیکتر بودن فاصلهٔ دریائی سیاتل، در این نقطه به فکر تأسیس مرکزی بین‌المللی برای توزیع محصولات خود

افتاده باشد تا بتواند تولیدات و خدمات خود را در امریکای شمالی و جنوبی عرضه کند.[۱۴۵]

ثبت نام در دورهٔ «مطالعات آسیای شرقی» دانشگاه واشینگتن از سال ۱۹۸۴ تاکنون ۵۳ درصد افزایش یافته است. ارزیابیهای انجام شده توسط وزارت آموزش امریکا این دوره را در زمرهٔ بهترین برنامه‌های آموزشی کشور شناخته است و استقبال دانشجویان از این دورهٔ دانشگاهی به حدی است که برخی از آنان مجبورند یک سال تمام برای ثبت نام کردن منتظر بمانند و تازه بعد از سرآمدن دورهٔ انتظار سر کلاسهایی بروند که دوبرابر دیگر کلاسهای دانشگاه دانشجو دارد.

جان هیلی، مدیر مدرسهٔ مطالعات بین‌المللی جکسون در دانشگاه واشینگتن می‌گوید: «وقتی هجده‌ساله‌ها، بخصوص هجده‌ساله‌های این منطقه به فکر نقشه‌ریزی آینده و انتخاب شغل مورد نظرشان می‌افتند، احتمالاً اغلبشان شغل آیندهٔ خود را به نحوی با آسیای شرقی مربوط می‌بینند، نه دیگر نقاط جهان.»[۱۴۶]

رونق شرق لزوماً به معنی انحطاط غرب نیست

رونق و پیشرفت خارق‌العادهٔ حوزهٔ اقیانوس آرام مبشر موقعیتی بزرگ است برای غربیانی که هوای تجارت با آسیا دارند. در این قرون و اوایل قرن آینده توازن اقتصادی موقعیتهای جدید و ممتازی در بازرگانی آسیا بوجود خواهد آورد و توکیو و لوس‌آنجلس برای ربودن عنوان «شهر شمارهٔ یک جهان» با یکدیگر به مسابقه و رقابت خواهند پرداخت.

اکنون دیگر همه جا سلطهٔ وحشتناک «ین» احساس می‌شود و همانطوری که قبلاً گفته شد ده بانک ردیف اول جهان و هفده بانک از ۲۵ بانک عمدهٔ جهان ژاپنی هستند. ژاپن بزرگترین صادرکنندهٔ خالص

سرمایه ـو غیره و غیره ـ است.[۱۴۷]

چنین بنظر می‌رسد که «ین» پول رایج جهانی شده باشد، اگرچه هنوز مارک آلمان بیش از ین ژاپن در گردش است و دوسوم ذخائر پولی رسمی جهان به دلار است و هفتاد درصد تجارت جهانی با پول رایج ایالات متحد انجام می‌گیرد.[۱۴۸]

افسوس خوردن از قدرت فزایندهٔ ین و عواقب وحشتناکی که برخی از اقتصاددانان در تصور و تصویرش اصرار دارند کار آسانی است. اما فکر مثبت و سازنده به تجزیه و تحلیل این مسئله می‌پردازد که در «عصر حوزهٔ اقیانوس آرام» چه مزایا و موقعیتهایی برای بازرگانی غرب وجود دارد و چگونه باید به نحو صحیح از آن موقعیتها بهره‌برداری کرد.

بدین منظور، تجار غربی باید بر وحشت از قدرت اقتصادی ژاپن و ممالک تازه صنعتی‌شده غلبه کنند و با حفظ خونسردی به تحقیق در این مسئله پردازند که در نظام نوین اقتصادی چه سهمی دارند و چه نصیبی. به دلایل کلیدی ذیل، رونق مشرق‌زمین نباید لزوماً انحطاط مغرب‌زمین را در پی داشته باشد:

۱) توسعهٔ اقتصادی حوزهٔ اقیانوس آرام، بازارهای جدیدی برای عرضهٔ خدمات و تولیدات غربی ایجاد خواهد کرد ـبه شرط آنکه سرمایه‌داران آمادگی آشنایی با سبک و ساختار آن را داشته باشند.

۲) علی‌رغم داستانهای نگران‌کننده‌ای که مرتباً به گوش می‌رسد، کشورهای آسیایی حوزهٔ اقیانوس آرام در سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸ شروع کرده‌اند به برچیدن موانع تجاری و گشودن دروازه‌هایشان به روی تولیدات غربی.

۳) ارزش مبادله‌ای بالای ین، ژاپنیها را ترغیب می‌کند که مؤسسات تولیدی خود را در خارج از کشورهایشان دایر کنند. و از آنجایی که زبان دوم ژاپن انگلیسی است، بسیاری از این

مؤسسات در کشورهای انگلیسی‌زبان برپا خواهد شد.

امریکاییها از قدرت اقتصادی روزافزون مشرق‌زمین به سرعت و سادگی دستخوش حسرت شده‌اند اما در تشخیص روی دیگر سکه و منافعی که از این قدرت نصیبشان خواهد شد، کندذهن و دیرانتقالند.

بازارهای جدید برای غرب

تجار امریکایی اصراری دارند که امتیاز تولیدات امریکایی را در کشورهای به صنعت گرائیدهٔ حوزهٔ اقیانوس آرام در رقابت با تولیدات ژاپنی نادیده بگیرند و درعوض تمایلی دارند به هم‌ردیف کردن ژاپن با کشورهای نوصنعتی شدهٔ حوزهٔ اقیانوس آرام تنها به این دلیل که همهٔ این کشورها در تجارت با ایالات متحد مازاد تجاری عظیمی دارند. درواقع کشورهای نوصنعتی شدهٔ اقیانوس آرام، به دلیل مشکلاتی که در تجارت با ژاپن دارند، به خرید اجناس امریکایی راغب‌ترند.

جان نی، از مرکز توسعهٔ صنعتی و سرمایه‌گذاری تایوان می‌گوید: «بازرگانان امریکایی چندان علاقه‌ای به بهره‌برداری از رغبت طبیعی ما به خرید محصولات امریکایی نشان نمی‌دهند.»[۱۴۹]

دولت تایوان از شرکتها و مصرف‌کنندگان درخواست می‌کند که حتی‌الامکان نیازهای خود را از اجناس امریکایی تهیه کنند.[۱۵۰] (تایوان به علت کسر موازنهٔ تجاری فاحش با ژاپن، خرید اتومبیلهای ساخت ژاپن را ممنوع کرده است).

در عین حال، تایوان در جستجوی یافتن موقعیتهای تازه‌ای است برای سرمایه‌گذاری در آن سوی حوزهٔ اقیانوس آرام. بنا به تخمین ک.ی.لی ـمعاون طرحهای تولیدی و بازاریابی گروه Acer که سازندهٔ کامپیوترهای شخصی است و مرکزش در تایوانـ سی شرکت کالیفرنیائی در درهٔ سیلیکون با پول تایوانیها می‌چرخند.

در فصل اول کتاب در مبحث «دههٔ پررونق ۱۹۹۰»: استدلال ما این بود که ایالات متحد کسری موازنهٔ تجاری با دیگر کشورهای جهان ندارد اما هنوز عقلای «خوش‌خبر» پافشاری می‌کنند که مسئلهٔ اصلی در مناسبات تجاری ایالات متحد و کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام، کسری موازنهٔ تجاری امریکاست.

این مورد را در نظر بگیرید: بیش از نیمی از صادرات سنگاپور به ایالات متحد محصول شرکتهایی است که در سنگاپور متعلق به امریکائیهایند.[۱۵۱]

مشرق‌زمین، چه از نظرگاه ثروت و چه از لحاظ جمعیت، بازارهای تازهٔ پرخریداری گشوده است برای آنهایی که اهل معامله و کسب و کارند. کشورهای اروپائی با نرخ تولید بسیار پائینشان دیگر نمی‌توانند در آینده، بازار پرخریداری برای تجارت امریکا باشند.

تا سال ۲۰۰۰، یازده میلیون مصرف‌کنندهٔ جدید در اروپا خواهد بود. اما تا همان سال تنها ثروتمندترین کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام یعنی ژاپن و ببرهای چهارگانهٔ اقتصادی، بیش از ۱۳ میلیون مصرف‌کنندهٔ جدید خواهند داشت، به علاوهٔ ۶۸ میلیون دیگر در کشورهای بالقوه در حال توسعه‌ای مثل تایلند و مالزی و اندونزی و فیلیپین.[۱۵۲] بعلاوه احتمال می‌رود تا آن وقت چین صد میلیون مصرف‌کننده با درآمدی معقول داشته باشد.

با اینحال، ایالات متحد ده‌برابر بیش از آنچه در ژاپن سرمایه‌گذاری کرده است در اروپا سرمایه‌گذاری می‌کند.[۱۵۳] آن هم نه در آسیا، بلکه فقط ژاپن. در درازمدت آثار این گرایش بنحو بارزتری به چشم خواهد خورد. در سی و پنج سال آینده جمعیت اروپا ثابت خواهد ماند حال آنکه جمعیت آسیا ۵۰ درصد رشد خواهد کرد.[۱۵۴]

درست زمانی که میلیونها آسیایی به برکت افزایش پس‌اندازهایشان ثروتمند شوند، با نرمش دولتهایشان پی به مفهوم «درآمد قابل مصرف» خواهند برد.

ژاپن و ببرهای چهارگانهٔ اقتصادی با ثروتی انباشته می‌روند تا به اقتصادی بالغ‌تر و مصرفی‌تر دست یابند.

ریموند ووتیر، رئیس اجرائی مرکز آسیون ترید لوس‌آنجلس می‌گوید: «در آینده کالاهای ممتاز و گران‌قیمتی از قبیل لباسهای طراحان معروف و خوراکیهای عالی و مبلمان و وسایل خانه و دستگاههای برقی جزو پرفروش‌ترین اجناس در آسیا خواهد بود.»[۱۵۵]

ثروت روزافزون کره، تقاضای مردم را برای اجناس لوکس وارداتی مانند بارانیهای مارک بربری، راکت تنیس مارک ویلسون و پخش صوتهای سانیو بالا برده است و نودولتان کره‌ای می‌توانند تمامی این اجناس را در فروشگاه بزرگ هیوندای سئول خریداری کنند.[۱۵۶]

ژاپن هم‌اکنون دارد آن کاری را می‌کند که بسیاری از غربیان روزگاری از محالاتش می‌پنداشتند: اشتیاق مردم برای مصرف درآمد حاصل از نرخ رشد ۵/۷٪ تولید ناخالص ملی در سال ۱۹۸۸[۱۵۷] باعث شد که در سال ۱۹۸۸ ارزش صادرات ایالات متحد به‌ژاپن ۳۴٪ نسبت‌به سال ۱۹۸۷ افزایش‌یابد و به ۳۷/۷ میلیارد دلار بالغ شود.

ایالات متحد امریکا علاوه بر رقابت با ژاپن در دیگر بازارهای آسیایی، سهم خود را در بازار مهم ولی غالباً نامرئی واردات غذایی ژاپن حفظ خواهد کرد و این، علیرغم همهٔ رقابتهائی است که از طرف کشورهای به صنعت گرائیده در این زمینه صورت می‌گیرد. تنها در سال ۱۹۸۸، صادرات کشاورزی امریکا به ژاپن ۳۴ درصد افزایش داشت.[۱۵۸]

طبق نظرسنجی کمپانی آجینوموتوی توکیو، غذاهای مورد علاقهٔ پسربچه‌های ژاپنی گوشت خوک، بستنی و شربت است و دختربچه‌ها همبرگر و پودینگ و بستنی را ترجیح می‌دهند.

هاینز ژاپن، یکی از شعبات اچ.جی.هاینز که در سال ۱۹۸۴ سیب‌زمینیهای سرخ‌شدهٔ منجمد شده را به بازار عرضه کرد، اکنون در رأس فروشندگان این کالا قرار دارد.[۱۵۹]

علی‌رغم سهم چشمگیر ایالات متحد در بازار واردات غذایی ژاپن،

کشورهای دیگر از گوشه و کنار جهان به رقابت پرداخته‌اند. واردات غذایی ژاپن از تایلند و تایوان در سال ۱۹۸۶ بیش از ۵۰ درصد افزایش یافت، حال آنکه واردات غذایی این کشور از امریکا تنها ۲ درصد افزایش نشان می‌داد.

برای ۱۲۲ میلیون ژاپنی مرفه، آب‌معدنی از ضروریات زندگی شده است. در پنج‌ماههٔ اول سال ۱۹۸۷ مصرف‌کنندگان ژاپنی ۹ برابر تمامی سال ۱۹۸۶ آب‌معدنی خریداری کردند، و گواه این مدعا، آمار مأموران گمرک ژاپن است. و در این میان آب‌معدنیهای مارک پریه، اِویان و کانادین راکی، بازار پررونقی داشتند نه آبهای امریکایی.

شرابهای امریکایی تازه می‌خواهند به مصاف شرابهای فرانسوی بیایند و جای خود را در میان مصرف‌کنندگان ژاپنی باز کنند. شرابهای آلمانی و فرانسوی رویهمرفته ۶۸ درصد بازار ژاپن را قبضه کرده‌اند. شرابهای امریکایی محصول کالیفرنیا در پنج سالهٔ گذشته سهم خود را در بازار به سه‌برابر یعنی ۱۵/۶ درصد افزایش داده‌اند و هتل اوکورای توکیو، بهترین هتل شهر که در سال ۱۹۸۶ تنها دو نوع شراب امریکایی در لیست شرابهایش داشت در سال ۱۹۸۸ این رقم را به بیست نوع افزایش داده است.

ژاپنیها دست از مصرف شرابهای فرانسوی نخواهند کشید مگر آنکه شراب‌سازان کالیفرنیایی با جدیت و پشتکار درصدد تسخیر بازار برآیند. در نوامبر سال ۱۹۸۸ هنگامی که شراب فرانسوی بوژوله نوور به بازار عرضه شد، خطوط هوایی ژاپن پنج هواپیمای باری بوئینگ ۷۴۷ به فرانسه فرستاد تا ۵۴۰ تن شراب بار بزنند و به توکیو برگردند.[۱۶۰] تولیدکنندگان شراب امریکایی باید از نحوهٔ عرضهٔ بوژوله نووری فرانسه (که چندان شراب جالبی هم نیست) الهام بگیرند، چون یکی از قوی‌ترین شگردهای بازاریابی را بکار برده بود.

غرب، علاوه بر توجه به بازارهای رو به رونق آسیایی، باید مواظب سلیقهٔ مردم چین اصلی هم باشد.

تنها معدودی از بازرگانان امریکایی نسخه‌هائی از «گزارش ادارهٔ آمار ایالات متحد» را دربارهٔ تمایلات مصرفی چینیها خریداری کردند. حال آنکه بیش از هفتصد کمپانی ژاپنی سفارش خرید این گزارش پانصد دلاری را دادند. با این وصف تعجبی ندارد اگر واردات چین از ژاپن دوبرابر واردات آن کشور از ایالات متحد باشد[۱۶۱] و شرکتهای امریکایی قطعاً نمی‌توانند «ین» قدرتمند را مسبب این عملکرد نومیدکننده معرفی کنند. ایالات متحد امریکا و دیگر کشورهای غربی اگر بخواهند از «قرن اقیانوس آرام» طرفی بربندند، باید فعالانه‌تر و جدی‌تر به امر صادرات بپردازند.

حوزهٔ اقیانوس آرام، تنها محل جولان شرکتهای بزرگ نیست. شرکتهای کاردان و زیرک، چه کوچک و چه بزرگ درصدد کسب اطلاعاتی برآمده‌اند که برای توفیق در بازار حوزهٔ اقیانوس آرام ضرورت دارد. مرکز آسیون ترید در نزدیکی فرودگاه بین‌المللی لوس‌آنجلس این اطلاعات ضروری را در دسترس شرکتهائی قرار می‌دهد که در دو سوی اقیانوس آرام به تجارت جهانی مشغولند.[۱۶۲]

ل. فارگو ولس، مدیر دفتر مالی و صادراتی کالیفرنیا می‌گوید: تجارتخانه‌های کوچک هم باید چه بخواهند و چه نخواهند متوجه امر صادرات شوند.

دربارهٔ مشکل فروش اجناس در ژاپن سخن بسیار رفته است. درواقع تنها ۹ شرکت تجاری، قسمت اعظم صادرات امریکا به ژاپن را قبضه کرده‌اند ولی وزارت بازرگانی به شما خواهد گفت که آیا در میان اقلام صادراتی امریکا کالایی مشابه کالای تولیدی شما وجود دارد یا خیر. آخر بیش از پنجاه هزار فقره کالای امریکائی در ژاپن عرضه می‌شود. مورین اسمیت از وزارت بازرگانی ایالات متحد می‌گوید: «پول در ژاپن خوابیده است. موانع تجاری یکی پس از دیگری در حال فروریختن است و مصرف‌کنندگان دیوانه‌وار پول خرج می‌کنند.»[۱۶۳]

کوکاکولا، نوشابهٔ غیرالکلی محبوب ۶۲ درصد ژاپنیهاست. هفتاد

درصد دستگاههای عکس فوری و دوربینهای پولاروید در ژاپن به فروش می‌رسد.[۱۶۴] ۷۱ درصد محصولات شرکت وارنر لمبرت را که تیغ صورت‌تراشی «شیک» است، ژاپنیها می‌خرند.[۱۶۵] اشتیاق ژاپنیها به غذاهای امریکایی و دیگر تولیدات مصرفی امریکا معروف همگان است ولی این کشور به تکنولوژی پیچیدهٔ سطح بالا هم نیازمند است، و این چیزی است که کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

ایماترون، یک شرکت سان‌فرانسیسکویی است که دستگاههای سی‌تی‌اسکن کامپیوتری تولید می‌کند. این شرکت سالانه حدود ده دستگاه سی‌تی‌اسکن که هرکدام حدود یک میلیون دلار قیمت دارند، در ایالات متحد به فروش می‌رساند و معتقد است که می‌تواند سالیانه پنج تا ده دستگاه از این اسکنرها را در ژاپن بفروشد و ۵۰ تا ۱۰۰ درصد افزایش فروش داشته باشد.[۱۶۵]

در بانف آلبرتا، واقع در کانادایی که رسماً دوزبانه است، زبان دیگری دارد بر زبان فرانسوی پیشی می‌گیرد و آن زبان ژاپنی است. توریستهای ژاپنی، ۴۰ درصد مهمانان هتلهای بانف را تشکیل می‌دهند، و تاکنون ژاپنیها بیش از دیگران در کانادا پول خرج کرده‌اند. صورت‌غذای هتل اسپرینگز بانف به زبان ژاپنی است. یک فروشگاه بزرگ محلی آلبومهای لوکس با شرح عکسهائی به زبان ژاپنی عرضه می‌کند.[۱۶۶]

کیوسن اوهاشی، یکی از شخصیتهای تلویزیونی ژاپنی، یکی از مغازه‌های کادوفروشی موفق خود را در بانف دایر کرده است.

و نکتهٔ قابل توجه برای صاحبان پیستهای اسکی امریکا این که اسکی‌بازان ژاپنی هم‌اکنون اشتیاق و تعصب خاصی ابراز می‌کنند برای اسکی در سلسله‌جبال راکی کانادا.

از بین رفتن موانع تجاری آسیا

از دیرباز، صادرات امریکا به ژاپن دست‌کم گرفته شده است ـ هم از

سوی آنهایی که در ایالات متحد خواهان اعمال قوانین حمایت اقتصادی علیه اجناس ژاپنی و آسیایی هستند و هم از سوی تجار پیش‌کسوتی که می‌خواهند نامرغوبی محصولات یا بی‌کفایتی‌شان را در امر بازاریابی پوشیده دارند.

اگر غربیان می‌خواهند در عرصهٔ رقابت‌خیز حوزهٔ اقیانوس آرام به امتیازاتی دست یابند باید به آنچه در جبههٔ تجارت می‌گذرد واقعاً توجه داشته باشند.

در خلال سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۶، صادرات امریکا به چهار غول اقتصادی اروپا یعنی آلمان غربی و فرانسه و ایتالیا و انگلستان هفت درصد کاهش یافت[۱۶۷] حال آنکه صادرات این کشور به ژاپن ۲۱ درصد افزایش داشت. اگرچه صادرات امریکا به اروپا پس از سال ۱۹۸۶ رو به افزایش گذاشت ولی صادرات این کشور به ژاپن هم افزایش یافت. در سال ۱۹۸۸ فروش ایالات متحد به ژاپن (۳۷/۷ میلیارد دلار) از کل فروشش به کشورهای آلمان غربی و فرانسه و ایتالیا بیشتر بود.[۱۶۸]

محصولات کشاورزی امریکا که همواره در ژاپن پرفروش بوده است در سال ۱۹۸۹ رشد قابل توجهی یافت و برای اولین بار در این سال کل میزان فروش به ژاپن به ۸/۳ میلیارد دلار خواهد رسید و از میزان فروش امریکا به همهٔ دوازده کشور بازار مشترک اروپا ـ که ۷/۳ میلیارد دلار است ـ فراتر خواهد رفت. علاوه بر آن، چین بزرگترین واردکنندهٔ گندم از امریکاست.[۱۶۹] کنیچی اوهمای، رئیس دفتر مک‌کینسی و شرکاء در توکیو می‌گوید در سال ۱۹۸۴ بطور متوسط هر ژاپنی ۵۸۳ دلار خرج خرید کالاهای امریکایی کرده است یعنی ۶ درصد درآمدش را، حال آنکه امریکاییها تنها ۲ درصد درآمد سالانهٔ خود را ـ یعنی ۲۸۹ دلار ـ خرج خرید کالاهای ژاپنی کردند.[۱۷۰]

کالاهای امریکایی در تمام بازارهای آسیا در سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸ با استقبال بی‌دریغی مواجه بود. در فاصلهٔ ژوئیهٔ ۱۹۸۷ تا ژوئیهٔ ۱۹۸۸ صادرات امریکا به ببرهای چهارگانهٔ اقتصادی بیش از ۴۰ درصد افزایش

داشت[۱۷۱] (که در این محاسبه، ۱/۵ میلیارد دلار خرید طلای تایوان به حساب نیامده است).

صادرات امریکا به تایوان از ۵/۵ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۶ به ۷/۴ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۷ افزایش یافت. ولی تحولات سال ۱۹۸۸ زمینه‌ساز افزایش غول‌آسائی در این زمینه شد. در فوریهٔ سال ۱۹۸۸، تایوان، تعرفهٔ گمرکی ۳٬۵۰۰ قلم کالا را کاهش داد (بطور متوسط ۵۰ درصد): قیمت اعلام شده اتومبیل مرکوری سیبل به چهارهزار دلار و قیمت یخچال جنرال‌الکتریک به پانصد دلار کاهش یافت. در سال ۱۹۸۸، تولیدکنندگان اتومبیل امریکایی ۱۷٬۵۱۸ اتومبیل به تایوان فرستادند که در سال ۱۹۸۷ این رقم ۳٬۷۳۵ دستگاه بوده است.

در سال ۱۹۸۸ تایوان، پنجمین شریک بزرگ تجاری امریکا شد. در این سال کل واردات تایوان از امریکا به ۱۲/۱ میلیارد دلار رسید که نسبت به سال ۱۹۸۶ افزایشی معادل دویست درصد داشت.[۱۷۲]

در سال ۱۹۸۷ و نیمهٔ اول سال ۱۹۸۸ کرهٔ جنوبی تعرفهٔ گمرکی هشتصد قلم کالا را بطور متوسط ۴۰ درصد کاهش داد. در سال ۱۹۸۸ واردات کره از امریکا به ۱۱/۳ میلیارد دلار رسید که افزایش چشمگیری معادل ۷۷ درصد را نسبت به سال ۱۹۸۶ نشان می‌دهد.[۱۷۳]

چرا ما به رونق تجاری بین امریکا و آسیا در سال ۱۹۸۸ یعنی زمانی که صادرات امریکا به کره و تایوان و هنگ‌کنگ و سنگاپور و چین بطور متوسط ۴۰ درصد افزایش داشته است،[۱۷۴] توجهی نداریم و آن را نادیده می‌گیریم؟

قدرت گرفتن «ین» می‌تواند به معنای تأمین موقعیتهای جدیدی برای امریکاییها باشد

در اقتصادی که حقیقتاً بر مبنای وابستگیهای متقابل استوار باشد، تشخیص برندگان و بازندگان کار مشکلی است. قدرت گرفتن ین باعث

شده که کمپانیهای ژاپنی در جستجوی نیروی کار «ارزان» متوجه امریکا شوند، درست همانطوری که یک دههٔ قبل فلان سرمایه‌گذار امریکایی کارخانه‌اش را در فلان کشور جهان سومی دایر می‌کرد. شمار مجتمعهای صنعتی وابسته به ژاپن در ایالات متحد در ماه مهٔ سال ۱۹۸۸ به ۸۳۷ فقره رسید یعنی ۲۸۷ مجتمع بیش از سال ۱۹۸۷، و این براساس بررسیهای سالیانه‌ای است که سازمان تجارت خارجی ژاپن بعمل آورده است.[۱۷۵]

سرمایه‌گذاریهای تایوان در ایالات متحد مایه‌بخش ایجاد مؤسساتی شده است از قبیل کارگاه پارچه‌بافی اتوماتیک ۳۵ میلیون دلاری شرکت نساجی تایون، کمپانی صنعتی مولتی‌تک با همکاری کمپانی تگزاس اینسترومنتس برای تولید انواع کامپیوترها در آوستین، و دوازده مجتمع امریکایی شرکت پلاستیک فورموز.[۱۷۶]

بیش از سیصدهزار امریکایی در شرکتهای ژاپنی به کار مشغولند، صدهزار ژاپنی هم برای شرکتهائی که با سرمایهٔ امریکایی در ژاپن دایر است، کار می‌کنند.[۱۷۷]

وزارت تجارت بین‌المللی و صنعت در توکیو پیش‌بینی می‌کند که سرمایه‌گذاریهای ژاپنیها در چند سال آینده ۸۴۰٬۰۰۰ امریکایی دیگر را صاحب شغل خواهد کرد و در طول ده سال آینده یک میلیون امریکایی در این رهگذر به شغل و کاری می‌رسند.[۱۷۸] چهل ایالت امریکا دفاتر ارتباطی در ژاپن دارند.[۱۷۹] هنگامی که بانکهای امریکایی از نیویورک گرفته تا لوس‌آنجلس نیاز به پول داشته باشند، بانکهای ژاپنی به آنها قرض می‌دهند. در سال ۱۹۸۶ بانکهای ژاپنی تقریباً نیمی از اسناد قرضهٔ شهرداری ایالات متحد را به ارزش ۱۸ میلیارد دلار، تضمین کردند.[۱۸۰] در نیمهٔ اول سال ۱۹۸۸ طبق آمار بانک صنعتی ژاپن، ژاپن بیش از ۹ میلیارد دلار برای خرید ۹۵ شرکت خارجی که بیشترشان در ایالات متحد بودند، سرمایه‌گذاری کرد.[۱۸۱]

رابرت اینگرسول، سفیر سابق امریکا در ژاپن می‌گوید: «ژاپنیها نمی‌خواهند شاهد سقوط جامعهٔ ما (یعنی ایالات متحد) باشند چرا که ما

بزرگترین مشتری آنها هستیم.»[۱۸۲]

در بهار سال ۱۹۸۹ سهام و اوراق بهادار مربوط به سرمایه‌گذاری ژاپنیها در ایالات متحد مجموعاً بالغ بر ۱۶۰ میلیارد دلار بود.

ژاپنیها بزرگترین تأمین‌کنندهٔ هزینه‌های تحقیقاتی در دانشگاههای عمدهٔ امریکایی شده‌اند، شرکتهای میتسوبیشی و میتسونی و شرکاء که سالانه بطور مداوم ۴ میلیون دلار برای دسترسی به تحقیقات تازه خرج می‌کنند، ۱۶ کرسی تحقیقاتی هر کدام به ارزش ۱/۵ میلیون دلار به انستیتو تکنولوژی ماساچوست اهدا کرده‌اند.[۱۸۳]

کمپانی شیمی هیتاچی، در ازای اهدای دوازده میلیون دلار از بخش اعظم امکانات دانشگاه کالیفرنیا در لابراتوار بیوتکنولوژی ایروین استفاده خواهد کرد.

طبق آمار مرکز مبادلات بین‌المللی ژاپن، ژاپنیها همچنان به سرمایه‌گذاریهای تحقیقاتی در امریکا ادامه می‌دهند:[۱۸۴]

* توشیبا، به منظور حمایت از رادیوگرافی دیجیتال (ترکیبی از تکنولوژی کامپیوتری و تجهیزات اشعهٔ ایکس برای تشخیصهای دقیق پزشکی) در دانشگاه آریزونا، ۳/۵ میلیون دلار سرمایه-گذاری کرده است.
* دو شرکت دیگر ژاپنی از برنامهٔ تولید ماده‌ای مصنوعی که می‌تواند کیفیت تبدیل‌کننده‌های کاتالیزوری اتومبیل را بهتر کند، در انستیتو تکنولوژی جرجیا واقع در آتلانتا، حمایت مالی می‌کنند.
* انستیتو تکنولوژی ماساچوست و جانز هاپکینز، برای جذب کمکهای مالی ژاپنیها دفاتری در توکیو افتتاح کرده‌اند.

پاتریشیا اشتاینهوف، مدیر مرکز مطالعات ژاپنی در دانشگاه هاوائی می‌گوید: «همهٔ مردم (در ژاپن) در جستجوی پول، از سر و کول

همدیگر بالا می‌روند.»

به منظور قدردانی از کمکهای ژاپن، دانشگاههای کلمبیا و جانز هاپکینز به ترتیب به نخست‌وزیران سابق ژاپن، نوبورو تاکه‌شیتا و یاسوهیرو ناکازونه، دکترای افتخاری اعطاء کرده‌اند.

نفوذ ژاپن در حوزهٔ اقیانوس آرام

ژاپن شریک تجاری عمدهٔ بیش از نیمی از کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام است. واردات ژاپن از کره و تایوان و هنگ‌کنگ در سال ۱۹۸۷ تقریباً پنجاه درصد افزایش یافت. در همان سال ژاپن از ایالات متحد سبقت گرفت و بزرگترین اهداءکنندهٔ کمکهای دولتی به کشورهای در حال توسعه شد و دوسوم این کمکها به کشورهای آسیایی سرازیر گشت. در سال ۱۹۸۸ مجموع کمکهای خارجی ژاپن به ۱۰ میلیارد دلار رسید و ژاپن قول داده است این رقم را در پنج سال آینده به پنجاه میلیارد دلار برساند.[۱۸۵] کل کمکهای اقتصادی و نظامی امریکا حدود پانصد میلیون دلار تخمین زده می‌شود.

سرمایه‌گذاری ژاپنیها در بخش آسیایی اقیانوس آرام، در طول تنها دو سال، دوبرابر شد و به ۶ میلیارد دلار رسید.[۱۸۶] هم‌اکنون کمپانی سونی، بسیاری از محصولات مصرفی خود ـاز جمله گرامافونهای لیزری‌ـ را در هفت کشور مختلف آسیایی تولید می‌کند.

در سال ۱۹۸۸ در هر روز هفته بطور میانگین یک فروشگاه از طرف شرکتهای ژاپنی در تایلند افتتاح شده است. در خلال سالهای ۱۹۸۶ تا ۱۹۸۸ تنها در تایلند، شمار تقاضاهای شرکتهای ژاپنی برای سرمایه‌گذاری در آن کشور تقریباً چهاربرابر گشت و به دویست پروژه به ارزش ۳۵۳ میلیون دلار بالغ شد.[۱۸۷] در سال ۱۹۸۷ تایوان دومین سرمایه‌گذار بزرگ در تایلند شد، مقامی که قبلاً به ایالات متحد تعلق داشت.

بیزینس ویک مسئله را به این صورت مطرح کرد: «ملتهای آسیای

شرقی پس از آنکه دهها سال برای رشد اقتصادی چشم به امریکا دوخته بودند، اکنون علی‌رغم خاطرات تلخ و دردآور... اشغال نظامی کشورهایشان توسط ژاپن، توجه خود را معطوف به ژاپن کرده‌اند.»[۱۸۸]

تجارت و کمک، طرق مهم اعمال نفوذند. آموزش و فرهنگ نیز به همچنین. و کشورهای حوزهٔ اقیانوس آرام، در ادامهٔ توجه به نیازهای وسیع آموزشی‌شان، هم به امریکا و هم به ژاپن رو خواهند آورد.

در ژاپن، حدود ۲۶٬۰۰۰ دانشجوی خارجی که اکثرشان از تایوان و کرهٔ جنوبی و چین هستند به تحصیل اشتغال دارند. ژاپن می‌خواهد تا سال ۲۰۰۰ شمار دانشجویان خارجی را به صدهزار نفر افزایش دهد.[۱۸۹]

در این زمینهٔ حساس، نفوذ امریکا بیش از ژاپن است، چرا که در ایالات متحد بیش از شصت‌هزار دانشجوی تایوانی و چینی و هنگ‌کنگی به تحصیل اشتغال دارند. کالیفرنیا به‌تنهایی پذیرای پنجاه‌هزار دانشجوی خارجی است که اکثراً آسیایی هستند. به گزارش وزارت امور خارجهٔ امریکا ۳۹ درصد کل دانشجویان خارجی در امریکا از آسیای شرقی هستند. در سال ۱۹۸۸ حداقل بیست‌هزار ژاپنی در دبیرستانها یا دانشگاههای ایالات متحد به تحصیل اشتغال داشتند.[۱۹۰]

نکتهٔ مهم این فصل آن است که تجارت ایالات متحد باید توجهش را از اروپا معطوف حوزهٔ اقیانوس آرام کند. و این پیام برای اروپا هم حائز اهمیت است. اروپاییها باید درک کنند که بازار محلی‌شان دارد کوچک و کوچکتر می‌شود. اروپا نمی‌تواند این واقعیت را نادیده بگیرد که تا سال ۲۰۰۰، آسیا هشتاد میلیون مصرف‌کنندهٔ جدید خواهد داشت. درآمد رو به افزایشی که در حال حاضر میلیونها آسیایی از آن برخوردارند و این زمینهٔ ذهنی شرقیها که به مرغوبیت کالای اروپائی معتقدند، عواملی است که اروپاییها باید در طول دههٔ ۱۹۹۰ مورد نظر داشته باشند.

در دههٔ ۱۹۹۰ و اوایل قرن بیست و یکم، آیا تاجران غربی تمام منطقهٔ اقیانوس آرام را دودستی تحویل ژاپنیها خواهند داد، یا ژاپن درگیر

مبارزه‌ای برای قبضه کردن بازار و نفوذ اقتصادی خواهد شد؟ به‌هرحال صحنهٔ اصلی مبارزه ـاعم از اجتماعی و اقتصادیـ سریع‌الرشدترین منطقهٔ جهان خواهد بود.

اگر از نفوذ غرب کاسته شود، گناه آن به گردن خود غربیهاست که نسبت به بازارهای آسیایی بی‌اعتنا بوده‌اند و ژاپن را با کشورهای بتازگی صنعتی شده در یک ردیف قرار داده‌اند و بی هیچ دلیل معقولی نسبت به سرمایه‌گذاریهای آسیایی در ایالات متحد اظهار بدبینی کرده‌اند.

در خاتمه، به تکرار متذکر می‌شویم چیزی که ما داریم به سویش می‌رویم، جهانی است که وابستگیهای متقابل در آن روزبروز افزایش می‌یابد. به گزارش اکونومیست، «غرب نباید از رونق اقتصادی آسیا وحشتی به خود راه دهد، صادرات آسیایی یعنی وفور کالاهای بهتر و ارزان‌تر برای مصرف‌کنندگان؛ و ثروت و غنای رو به رشد آسیا نیز یعنی ایجاد بازارهای در حال رشدی برای عرضهٔ کالاهای کشورهای دیگر. فرار آسیا از فقر و جنگ باید به انسان روحیه ببخشد ـو راهنما و الهام‌بخشی باشد برای آنهایی که از قافله عقب افتاده‌اند.»[191]

حوزهٔ آسیایی اقیانوس آرام نمونهٔ حی و حاضری است از اینکه یک کشور فقیر، حتی اگر فاقد منابع طبیعی سرشار باشد، مادامی که به اندازهٔ کافی روی منابع انسانی‌اش سرمایه‌گذاری کند، می‌تواند به توسعه دست یابد.

۷

دههٔ ۱۹۹۰: دههٔ رهبری زنان

دههٔ ۱۹۹۰ پرکلنجارترین دهه‌ای خواهد بود که جامعهٔ تجاری تاکنون با آن مواجه شده است. کمپانیهای کوچک و بزرگ چه در ایالات متحد و چه در کشورهای نودولت آسیایی، و در اروپائی که بزودی بزرگترین بازار جهان خواهد شد، علاوه بر حفظ بازارها و امتیازهای داخلی‌شان برای قبضه کردن بازارهای جهانی و بهره‌گیری از موقعیتهای تازه با یکدیگر به رقابت خواهند پرداخت. درست در همان زمانی که غرب می‌رفت تا اتحاد شوروی را به عنوان کشوری دیوانسالار و قرون وسطایی از فهرست رقیبان خود حذف کند، شورویها خواص اجاره دادن و ایجاد رقابت و انگیزهٔ درآمد بیشتر و به عبارتی «سوسیالیسم بازاری» را «کشف» کردند. و چین هم سرزمینی شد با ۱/۱ میلیارد مصرف‌کنندهٔ بالقوه. برخلاف آنچه گروهی می‌پندارند، سرانجام این تجارت امریکایی خواهد بود که با رهبری جدیدش در این صحنهٔ کشاکش و کلنجار قدم خواهد نهاد و تجارت را حیاتی تازه خواهد بخشید و ـ مثل مدیریت ژاپنیها در دههٔ ۱۹۷۰ـ در سرتاسر جهان رقیبان را به شور و هیجان خواهد آورد. این رهبری جدید، تا حد زیادی در دست زنان خواهد بود.

دههٔ حضور زنان در تجارت

کمپانیهائی که ما شناخته‌ایم به دست مردان و برای مردان ایجاد شده‌اند. پس از جنگ دوم جهانی، سربازان امریکایی اونیفورمهای نظامی‌شان را با لباسهای کارگری و کت و شلوار فلانل خاکستری عوض کردند. اما برای سازماندهی شرکتها از همان شیوهٔ تحکمات نظامی قرن نوزدهمی و سلسله‌مراتبی استفاده کردند که بدان خو گرفته بودند. با این‌همه باز هم از زمان جنگ دوم جهانی تاکنون تعداد زنان شاغل ۲۰۰ درصد افزایش یافته است.[۱]

در دو دههٔ اخیر، زنان ایالات متحد دوسوم مشاغل جدیدی را که در «عصر اطلاعات» ایجاد شده است، از آن خود کرده‌اند و در آستانهٔ ورود به قرن بیست و یکم هم به این پیشروی ادامه خواهند داد.

دیگر آن روزگاری که گروه زنان کارگر را به چشم نوعی اقلیت نگاه می‌کردند، سپری شده است. زنان بدون بچه بیش از مردان دنبال کار می‌روند. امروزه در حدود ۷۴ درصد مردان کار می‌کنند، ولی ۷۹ درصد زنانی که فرزندانی زیر هجده سال ندارند به کار اشتغال دارند. همچنین ۶۷ درصد زنان بچه‌دار به کار مشغولند و این رقمی است تقریباً هم‌سطح مردان شاغل. نیمی از زنانی هم که فرزندان خردسال دارند، کار می‌کنند.[۲]

در تجارت و بسیاری از مشاغل تخصصی و فنی شمار زنان شاغل از یک اقلیت ۱۰ درصدی در سال ۱۹۷۰ اکنون به ۳۰ تا ۵۰ درصد افزایش یافته است آن هم در مشاغل متنوع اقتصادی از جمله بانکداری و حسابداری و علوم کامپیوتری.

یکی از نشانه‌های مهم این تحول، تیراژ مجلهٔ زن شاغل است که از چهارصد و پنجاه‌هزار در سال ۱۹۸۱ به نهصد هزار در سال ۱۹۸۸ رسید[۳] و تیراژ آن از تیراژ مجلاتی چون فورچون، فوربز و بالاخره بیزینس ویک

(۸۵۰٬۰۰۰ نسخه) فراتر رفت. اکنون وال استریت ژورنال تنها نشریۀ اقتصادی است که تیراژش بیشتر از مجلۀ زن شاغل است.

زنان با سرعتی دوبرابر مردان مشاغل تازه ایجاد می‌کنند. در کانادا یک‌سوم مشاغل کوچک از آن زنان است. در فرانسه این میزان یک‌پنجم است و در بریتانیا از سال ۱۹۸۰ سرعت رشد تعداد زنانی که شغل آزاد دارند و برای خودشان کار می‌کنند سه‌برابر مردان است. زنان، اعم از کارگر ساده یا کارگر فنی یا صاحب کارگاه، جامعۀ اطلاعاتی را قبضه کرده‌اند.[۴]

دیگر امروزه برای مدیریت و چرخاندن مؤسسات اقتصادی، مرد بودن مایۀ امتیازی نیست.

ما نمی‌توانیم این تحول را چنانکه باید دریابیم، زیرا در جامعۀ همکاری‌پسند امریکا زنان و مردان سهمی مساوی دارند. شاید زنها حتی مختصر مزیتی نیز نسبت به مردان داشته باشند، زیرا آنان هنگام تصدی مدیریت مؤسسات مجبور نیستند مثل مردان برای فراموش کردن شیوۀ رفتار تحکمی قدیمی خود صرف نیروئی کنند.

زنان نیز همچون همکاران مذکرشان (که احتمالاً آنها هم در ارتش خدمت نکرده‌اند) باید شیوۀ آموزش همکاران و ایجاد روحیۀ همکاری و جلب رضایت و توافق مردم را فراگیرند و خود سرمشق دیگران باشند.

زنان پس از آنکه دو دهه بی‌سر و صدا خودشان را آماده کردند و تجربه اندوختند و از نظامات مردسالاری مردان جان بر لبشان آمد، اکنون در فعالیتهای اقتصادی مایه‌بخش تحولی انقلابی شده‌اند. زنانی که در مشاغل حساس و دقیق صنعتی از قبیل کامپیوتر و حسابداری و تبلیغات، هم تعدادشان بیشتر است و هم سابقه‌ای بیشتر دارند و هم رفتارشان عاقلانه‌تر است اکنون به مرحله‌ای رسیده‌اند که بتوانند این حصار شیشه‌ای نامرئی را که مانع رسیدن آنان به بالاترین مقامات در کمپانیها بوده است بشکنند.

با گذشتن هر سالی از دهۀ ۹۰ افکار عمومی و عقول مصلحت بین جامعه بیشتر بدین نتیجه خواهد رسید که زنان نیز می‌توانند مانند مردان، رهبران اقتصادی شایسته‌ای باشند. در این دهه زنان پستهای رهبری و ریاستی را که در سالهای گذشته از آنان دریغ شده بود به‌دست خواهند آورد.

از مدیریت تا رهبری

زنان، دوشادوش مردان و بهره‌مند از دستمزدی مساوی پیش می‌روند و این با تکیه بر شالوده‌ای است که مردان تاریخی و قهرمانان اقتصادی، افرادی چون بیل‌گور، مؤسس دبلیو. ال.گور و شرکاءْ و یان‌کارلزون رئیس شرکت هواپیمایی اسکاندیناوی پی افکنده‌اند. این دو نفر تبعیضهای سنتی را نادیده گرفتند و با توجه به ارزشهایی از قبیل بصیرت و تعهد و دلبستگی به کار و تقسیم قدرت و احساس مسئولیت ـیعنی همان ارزشهایی که مدیران زن و همتایان همفکر مذکرشان بدانها معتقدندـ توانستند شرکتهای بزرگی با میزان سوددهی بالا تأسیس کنند.

این تازه آغاز کار بود. با شکوفایی دهۀ هشتاد که دهۀ ابتکار و خلاقیت بود، سیل زنان به بازار کار سرازیر شد و بخشهای حساس اطلاعاتی را قبضه کردند. صاحبان میلیونها شغلی که بوسیلۀ مردان و زنان تأسیس شده بود، ناچار شدند مقررات مکتوب را به یکسو افکنند و به سراغ فلسفه و اصول و نظریاتی روند مغایر با قوانین سنتی، و محصول تجارب خودشان.

و اکنون، پس از گذشت یک دهه، عصارۀ تلاشهای آنها به شکل توجه هماهنگ و مداومی به جنبۀ مردمی تجارت تبلور یافته است که می‌توان آن را بدین صورت خلاصه کرد:

قانون اساسی سازماندهی تغییر پیدا کرده است، اکنون به جای

مدیری که وظیفه‌اش کنترل مؤسسه و کارمندان باشد خواهان رهبری هستند که بتواند بهترین استعدادهای افراد را کشف کند و به استقبال تحولات تازه رود.

این «رهبری» آن چیزی نیست که گروهها و افراد غالباً به عنوان پدر به او می‌نگرند و از او توقع دارند همهٔ مشکلات و مسائلشان را برطرف کند. این رهبری یک رهبری دموکراتیک و در عین حال پرمسئولیتی است که به آدمها احترام می‌گذارد و از ابتکارات فردی و استقلال گروهها و واحدهای داوطلب اهل خطر کردن استقبال می‌کند.

تفاوت فاحشی بین مدیریت و رهبری وجود دارد. رهبران و مدیران از نظر موقعیت و مأموریت و تعهدات و طرز عمل و محیط سازمانی و بالاخره نتایج کارشان با یکدیگر تفاوت دارند.

جان پ. کوتِر، از مدرسهٔ بازرگانی هاروارد و نویسندهٔ فاکتور رهبری می‌گوید: «رهبری، روند هدایت مردم است در جهتی خاص و به شیوه‌ای غیرتحمیلی.»[۵]

راسل لی. پالمر، رئیس مدرسهٔ بازرگانی وارتُن در دانشگاه پنسیلوانیا می‌گوید: «ما مدیر فراوان داریم، مدیرانی که در پی نتایج آنی هستند و کارشان نظارت دقیق است و اعمال کنترل و تهیهٔ گزارش، اما رهبران طالب نتایج آتی‌اند و به برکت مهارتها و پختگیهای سیاسی‌شان عامل ایجاد تحولات، و موجب تثبیت ارزشها و ایجاد هماهنگیها.»[۶]

در خارج از چارچوب الگوی نظامی و تحکمی مدیریت، زنان و مردان توانایی یکسانی دارند در ترغیب افراد به احساس تعهد نسبت به کار و تشویق ایشان به بکارگیری حداکثر تواناییها و استعدادهایشان.

رهبران بر این امر واقف هستند که در عین حالیکه سرمایه و تکنولوژی عوامل مهمی بشمار می‌روند ولی این افراد هستند که می‌توانند شرکتی را به اوج برسانند یا آن را ورشکسته کنند. و رهبران برای آنکه از این قدرت افراد استفاده کنند، روحیهٔ احساس تعهد و فداکاری نسبت به کار را در آنها تقویت می‌کنند و با شریک کردن آنها

در قدرت، اختیاراتی به آنها می‌دهند و علی‌رغم کمبودهای نیروی کار، با نرمش و ملایمت خویش بهترین افراد را جذب شرکت خودشان می‌کنند و با دادن پاداش و تشویق در آنان انگیزه و محرکی برای ارائهٔ کار بهتر بوجود می‌آورند. ولی رهبری مؤثر علاوه بر اینها، باید از فعل و انفعالات محیط خارج نیز باخبر باشد و در دههٔ ۱۹۹۰ که دههٔ جهانی شدن است، گوش به زنگ نوع گرایشها و وضع بازارها و تحولات تکنولوژیکی و فصلی تولید باشد.

مشاغل جدید؛ نیروی کار جدید

در تجارت، نوع مشاغل و عوامل اجرایی هر دو تغییر کرده‌اند. و شاید هم عمدتاً به همین دلیل باشد که اصل مقوم تجارت از مدیریت به رهبری تغییر جهت داده و دروازه‌ها را به روی زنان گشوده است.

نباید مقولهٔ مدیریت را با نفرت رد کنیم، هرچه بود، اصل مدیریت در عصر صنعتی کارآیی داشت و خوب هم کارآیی داشت. پس از جنگ دوم جهانی، یک نیروی کار مذکر، با برخورداری از آموزشی دبیرستانی یا پایین‌تر از آن به تولید کالاهائی پرداخت که ایالات متحد را تبدیل به قدرت پیشرو اقتصادی جهان کرد. حصول چنین توفیقی به مدیریت نیاز داشت ـ یعنی مقامی که وظایف کارگر را مشخص کند و حسن اجرای بی‌چون و چرای دستورالعملها را به دقت پی‌گیری و مراقبت نماید و از ابراز خلاقیت و ابتکار در خط تولید جلوگیری کند. کار تولید عبارت بود از اجرای برنامه‌ها و وظایفی که در خارج از کارگاه تدوین و مشخص گشته و باید به صورتی مکانیکی و منظم اجرا می‌شد و نظارت و کنترلش هم آسان بود. در همچو شرایطی معقول همین بود که همهٔ اطلاعات و قدرت اجرائی در قبضهٔ مدیران و مسئولانی باشد خارج از محیط کارگاه. ولی پس از چهار دهه، بر اثر سلطهٔ اقتصاد اطلاعاتی بر دنیای پیشرفته، محیط کاری کاملاً تغییر کرده است. در آن دوره مظهر

کارگر صنعتی مردان بودند، در اقتصاد اطلاعاتی زنان صاحب این مقامند.

در اقتصاد اطلاعاتی غلبه با زنان است. هشتاد و چهار درصد زنان شاغل در بخش خدمات و اطلاعات بکار مشغولند. اکثریت افرادی که مشاغلشان تحت عنوان «حرفه‌ای» ـ در مقابل دفتری، فنی، کارگری ـ قرار می‌گیرد، زنان هستند. ۴۴ درصد زنان شاغل بالغ (بین ۲۵ تا ۶۴ ساله) تحصیلات دانشگاهی دارند حال آنکه این میزان در سال ۱۹۶۵ تنها ۲۰ درصد بوده است.[۷]

افرادی که در بخشهای اطلاعات، خدمات، امور مالی، کامپیوتر، بیوتکنولوژی و مراقبتهای بهداشتی به فعالیت اشتغال دارند نه کارشان در ردیف کارگران است و نه می‌توان آنان را به همان شیوه‌ای اداره کرد که کارگران را.

«نظارت» بر مشاغل اطلاعاتی تقریباً غیرممکن است زیرا در مشاغل اطلاعاتی کارهای فکری جایگزین کارهای مکانیکی عملی شده است. «کار» در جامعهٔ اطلاعاتی عبارت از افکاری است که در ذهن افراد می‌گذرد اعم از اینکه پشت میز کارشان نشسته باشند یا روی صندلی هواپیما یا در جلسه‌ای مشورتی یا سر میز ناهار. کار در این جامعه یعنی برخوردی که با مراجعان و مشتریان دارند، نکته‌هائی که در دفتر یادداشتشان می‌نویسند و حرفهائی که در جلسه‌های ملاقات می‌زنند.

پیتر دروکر می‌گوید: «امروزه ما باید به مدیریت افرادی بپردازیم که با مغزشان کار می‌کنند، اداره کردن این جماعت کاری بی‌سابقه است و ما نمی‌دانیم چگونه باید اجرایش کرد.»[۸]

نیروی کار دانش‌اندوختگان امروزین

ما براحتی افزایش چشمگیر شمار افراد تحصیلکرده در بیست‌سالهٔ اخیر را نادیده می‌گیریم چون عادت کرده‌ایم که دائماً از تنزل گستردهٔ

سطح معلومات بنالیم. یک‌چهارم نیروی کار ۲۵ تا ۶۴ ساله را فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تشکیل می‌دهند و این میزان دوبرابر میزان بیست سال پیش است. ۲۰ درصد نیروی کار موجود از یک تا سه سال به دانشگاه رفته‌اند،[۹] رقمی که بیش از دوبرابر نسبت سابق است و این بدان معناست که تقریباً نیمی ـیعنی ۴۵ درصدـ از نیروی کار تحصیلات دانشگاهی دارد.

علاوه بر آن چهل درصد نیروی کار فارغ‌التحصیلان دبیرستانی هستند. باقی می‌ماند ۱۵ درصد که این پانزده درصد هم افراد بالغی هستند که مدرسه را نیمه‌کاره رها کرده‌اند. ولی بیست سال پیش به جای ۱۵ درصد امروزی نسبتشان ۴۱ درصد بود!

صاحبان تحصیلات عالیه برای انتخاب مشاغل مورد علاقهٔ خود آزادی عمل بیشتری دارند، حال آنکه به قول پیتر دروکر «کارگران معمولی مجبورند به علت ناکاردانی و جهل و نگرانی به کاری که دارند بچسبند، درحالی که افقهای جدیدی در برابر جوانان امروز گسترده است، و امکانات فراوان‌تری.»[۱۰]

مارک ساسمن، از جکسون لویس شنیتسلر اند کروپمن که یک شرکت حقوقی استخدامی است می‌گوید: «نیروی کار امروزی را مردمی مرفه و تحصیلکرده تشکیل می‌دهند.»[۱۱]

در نظر این جماعت پیدا کردن شغل نه معجزه است و نه به شانس و اقبال بستگی دارد، به همین دلیل سطح توقعاتشان هم بالاتر است.

فاکتور وفاداری

اخیراً یک بررسی صحت آن چیزی را که مدیران اجرائی سالهاست از آن می‌نالند، تأیید کرده است. برطبق نتیجهٔ تحقیقی اگون زندر اینترنشنال، یک شرکت مشاورتی در زوریخ که دفاتری نیز در نیویورک دارد، هفتاد درصد مدیران شاکی هستند که افراد ــو بخصوص

جوانهائی که استخدام کرده‌اند. آن دلبستگی وفادارانه‌ای را که در دههٔ ۱۹۵۰ معمول بود، نسبت به شرکتهایشان نشان نمی‌دهند.

و از سوی دیگر مجلهٔ ساکسس که از خود جوانها نظرخواهی کرد، بدین نتیجه رسید که جوانها معتقدند احساس وفاداری چیز خوبی بود، اما آدمیزاد هم حق ترقی دارد.[۱۲]

به نظر می‌رسد شعار نسل جوان تحصیلکرده این است که «مهارت داشته باش و هر جا دلت می‌خواهد برو.» از سوی دیگر تحولات سریع اجتماعی و تکنولوژیکی جوانها را به تنوع‌طلبی کشانده است. امریکائیانی که امروزه وارد بازار کار می‌شوند، طبق گزارش وزارت کار، معمولاً سه بار محل کارشان را عوض می‌کنند ـ محل کار، نه حرفه ـ کارشناسان خصوصی دفعات این تغییر را تا پنج بار هم قید کرده‌اند.

یک شرکت چطور می‌تواند بر وفاداری اعضایش بیفزاید؟

این سؤالی بود که در یک نظرخواهی از صد تن مقامات عالیرتبه در شرکتهای معظم دولتی پرسیده شد و ۷۴ درصد آنها جواب دادند: رهبری بهتر.[۱۳]

ولی منظور این افراد چه نوعی از رهبری است؟ بطور کلی بهترین رهبران، از کارمندانشان توقع وفاداری دارند و طوری رفتار می‌کنند که حس وفاداری را در افراد برانگیزند و بالاخره موفق هم می‌شوند. از این قانون کلی نانوشته، خانمهائی که مجبور بودند عرضه و لیاقت خودشان را در دنیای تجارت «به اثبات برسانند»، بخوبی آگاهند.

در مشاغل جدید آیا بیشتر کارمندان ممتاز و نمونه از زنانند؟

توصیفی که مایکل مَکابی، نویسندهٔ قمارباز و رهبر[۱۴] از کارمند نمونهٔ حرفه‌های تازه دارد با تصویری که مجلهٔ ساکسس از کارمندان ارائه داده است مطابقت می‌کند. او می‌گوید یک کارمند خودساز تعالی‌جو فردی است که برای استقلال ارزش قائل است، از بوروکراسی نفرت دارد و

می‌کوشد بین کارش با دیگر ضروریات زندگی از قبیل استراحت و رسیدگی به امور خانوادگی تعادلی برقرار کند.

در کتاب چرا کار کنیم؟ که به سال ۱۹۸۸ منتشر شد، مکابی نسل جدیدی از مهندسان حرفه‌ای را توصیف می‌کند که هدف شغلی آنان خودسازی و سعی در تعالی کیفیت کار خویش است. اینان دریافته‌اند که نمی‌توان از شرکتها و مؤسساتی که در آن کار می‌کنند انتظار کمک و دلسوزی داشت و به امید تفقد آنها نشست. تأمین آیندهٔ شما منحصر است به مهارتی که شما برای کار آیندهٔ خودتان به‌دست می‌آورید.

«تعالی‌جویان» زمانه کمتر از «قمارباز» مکابی احتمال رسیدن به صدر را دارند. قمارباز مکابی انگیزهٔ موفق شدن را دارد ولی برای برنده شدن، بی‌غرضانه و بدون تعصب در بازی صنفی شرکت می‌کند.

تمایل به ایجاد توازن بین ضرورتهای شغلی و اولویتهای خانوادگی (و دیگر علائق شخصی) از مشخصات نسل حاضر است، نه چنانکه غالباً می‌پندارند از ویژگیهای زنان.

بیشتر «خودسازان» از نسل دورهٔ پرفرزندی و حدوداً چهل‌ساله و جوان‌ترند. حتی در میان بیست‌ساله‌ها و سی‌ساله‌ها تعداد بیشتری از کارمندان نمونه به چشم می‌خورند.

مشکل رهبری

با توجه به پیچیدگی مشاغل عصر اطلاعات و روشنفکری متصدیان این مشاغل، امر رهبری واقعاً کار دشواری است.

این رهبر (چه مرد باشد، چه زن) اصلاً و ابداً سلطه‌ای بر کارمندانش ندارد.

در ارتش کسانی را که ترک خدمت کنند زندانی می‌کنند. اما در تجارت شما با اعلامی دو هفته جلوتر، می‌توانید کارتان را رها کنید. در ارتش تخطی از فرمان سر و کار آدم را به محکمهٔ نظامی می‌کشاند، اما

در جهان تجارت اگر فلان عضو ارشد سلیقه و توصیه‌های شما را در نحوهٔ برخورد با مشتریان نپسندید می‌تواند فردای همان روز کارش را بگذارد و برود جائی دیگر و کاری دیگر بگیرد و آن هم غالباً با دستمزدی بهتر.

یک شرکت صنفی، سازمانی داوطلبی است.

امروزه دیگر مدیریت با اعمال تحکم و قدرت بکلی ورافتاده است و مدیران سختکوش پرجوش و خروش بیهوده خون خودشان را کثیف می‌کنند. وفاداری شغلی که چون استخوانی در حلقوم صدها هزار کارگر اتومبیل‌سازی و صنایع فولاد گیر کرده بود و آن را مهربانی دوسره‌ای می‌پنداشتند، دیگر خاطره‌ای است مربوط به روزگاران گذشته و عصر صنعت.

در سازمانهای نظامی مدیران می‌توانند فرمان دهند و تحکم کنند، اما در مؤسسات تجاری رهبران ناچارند با محبت و همدلی حس احترام را در همکارانشان برانگیزند.

اگر مردم نسبت به شما محبت و وفائی نداشته باشند و شما هم نتوانید سلطهٔ خود را بر آنان اعمال کنید، چگونه ممکن است کاری انجام گیرد و پیشرفت کند؟

و عجب اینکه همین افرادی که کنترلشان دشوار است و آزادند که هر وقت بخواهند کارشان را ترک کنند، همین افرادی که فکر مستقلی دارند و درمقابل تحکم تسلیم‌ناپذیرند، آری همین افراد برای یک رهبر، بهترین منبع اطلاعاتی‌اند و تنها مایهٔ امید او برای تحقق اهداف مؤسسه و سازمانش.

این افراد کارآمد زیر بار تحکم و قدرت‌نمائی نمی‌روند اما با رهبری دموکرات‌منشانه و تشویقهای مادی و توجه بدین واقعیت که آنان هم برای خودشان خانه و زندگی دارند و گرفتاریهائی، می‌توان به کارشان کشید.

نیروی کار جدید به عنوان معامله‌ای متقابل حاضر است شرکت را در

رسیدن به اهدافش یاری دهد بشرط آنکه شرکت هم به علائق و مسائل شخصی او توجه داشته باشد.

یک رهبر لایق هدف اصلی شرکت و راه رسیدن بدان را برای افرادش بنحوی مشخص و روشن می‌کند که نیروی سازمان‌دهندهٔ شرکت در مقابل هر تصمیمی بدین نکته توجه داشته باشد که آیا این اقدام ما را در تحقق هدفمان یاری خواهد داد.

تی. استفن لانگ، معاون بازاریابی در ترانس هاوائیَن ـ یک شرکت توریستی و حمل و نقل در هنولولو با درآمد سالیانهٔ ۲۶ میلیون دلار ـ می‌گوید: «ما به این نتیجه رسیده‌ایم که نمی‌توان انتظار داشت کارمندی با تمامی استعداد و توانائیش کار کند مگر آنکه قبلاً مدیر به صورتی موفقانه هدف اصلی مؤسسه را برای او تبیین و توجیه کرده باشد.»[۱۵]

از آن مهمتر این است که هدف اصلی مؤسسه را بنحوی با آمال کارمندان در مواردی از قبیل ترقیات شغلی، تأمین زندگی، نمایش ابتکار و خلاقیت فردی منطبق و همسو جلوه‌گر سازیم تا افراد پیشرفت کار را تحقق آمال خودشان بدانند. بدون همکاری فعال و پرحرارت کارمندان، توفیق هر مؤسسه‌ای اندک است.

جای بسی شگفتی دارد که برخی از «متخصصان» و خبرگان امر تجارت، معتقدند که با افراد و کارمندان مثل یک شریک رفتار کردن نوعی خودشکنی و خلاف شأن یک مدیر است و بطور کلی تغییر روش از «تحکم و قدرت» به «توافق و ملایمت»» و از «مدیریت» به «رهبری» صرفاً یک «گرایش» موقت است، و بزودی همهٔ این سر و صداها پایان می‌گیرد و دوباره به همان تحکم و اجبار مطلوب گذشته بازخواهیم گشت.

این تجدیدنظرطلبان در آکادمیها و رسانه‌های عمومی، خبر ندارند که صاحبان و مدیران مؤسسات تجاری همه‌روزه با چه مسائلی روبرو هستند: هر متخصص ماهر عالی‌مقامی می‌تواند هر لحظه‌ای که اراده کند استعفا بدهد و در فلان شرکت رقیب مشغول کار شود یا با استفاده از

فهرست مشتریان، شخصاً مؤسسۀ مستقلی تأسیس کند.

چرا زنان رهبری خواهند کرد؟

شمار زنان شاغل در مشاغل یقه‌سفیدها و بخصوص تجارت بطور قابل توجهی افزایش یافته است. بیست سال قبل، در مشاغلی از قبیل مدیریت و وکالت و پزشکی زنان در اقلیت بودند و علی‌رغم آنکه در دهۀ ۷۰ بسیاری از زنان جوان برای نیل به مقامهای رهبری به تحصیلات عالیه روی آوردند ولی جریان ورود آنان به مشاغل تخصصی کند بود. و این منحنی سیر صعودی خود را بنحوی تدریجی ادامه می‌داد. فی‌المثل افزایش نسبت زنان حقوق‌دان از ۱۲ درصد به ۱۴ درصد بزحمت می‌توانست جالب توجه باشد. در سال ۱۹۷۵ و حتی ۱۹۸۵ همچنین بنظر می‌رسید که مدتهای مدیدی طول خواهد کشید تا زنان بتوانند نیمی از *مشاغل تخصصی را به خود اختصاص دهند.*

ولی دنیای کار دهۀ ۱۹۹۰ گویی جهان دیگری است.

از سال ۱۹۷۲ تاکنون شمار زنان پزشک دوبرابر و شمار زنان حقوقدان و آرشیتکت تقریباً پنج‌برابر شده است.[۱۶]

زنان اگرنه اکثریت، حداقل نسبت قابل توجهی از مشاغل اطلاعاتی و خدماتی صنعتی را که سابقاً مخصوص مردان بود به خود اختصاص داده‌اند، همان مشاغلی که رهبر اجتماعی و اقتصادی تربیت می‌کند.

طبق گزارش ادارۀ آمار کار، زنان ۳۹/۳ درصد از ۱۴/۲ میلیون پستهای اجرائی و دفتری و مدیریت مشاغل را در تصرف دارند، رقمی که نسبت به سال ۱۹۷۲ تقریباً دوبرابر شده است. حدود یک‌سوم متخصصان کامپیوتر زن هستند.

در امور مالی نیز زنان تقریباً نصف این مشاغل را به خود اختصاص داده‌اند و بیش از نیمی از تمام کارمندان و مدیران و متخصصان پنجاه بانک عمدۀ تجاری ایالات متحد زن هستند. ۴۹/۶ درصد حسابداران، زن

هستند، و این میزان در سال ۱۹۷۲ معادل ۲۱/۷ درصد بود. حدود یک‌چهارم از کارشناسان مالی وال استریت هم زن هستند.[17]

حتی در دنیای مردسالارِ تولید نیز زنان نفوذ قابل توجهی کرده‌اند و در خلال سالهای ۱۹۸۳ تا ۱۹۸۸ تعداد زنانی که در بخشهای تولیدی مشاغل مدیریت اداری و اجرائی و مدیرعاملی را به عهده دارند از ۴۰۳٬۰۰۰ نفر به ۶۴۷٬۰۰۰ نفر افزایش یافت و بدین ترتیب سهم زنان در سطوح بالای مشاغل تولیدی از ۲۰ درصد به ۲۶/۳ درصد افزایش یافت.[18]

بیش از یک‌سوم عاملان بازاریابی شرکت پروکتر و گمبل، زن هستند. حدود ۳۵ درصد کارمندان شرکت آرتور اندرسن و شرکا* را زنان تشکیل می‌دهند و در شرکت گانِت حدود چهل درصد از مدیران و متخصصان و تکنیسینها و نیروی فروش، زن هستند و ۲۵ درصد از دبیران روزنامهٔ آن هم زن هستند.[19]

در دهه‌های گذشته، عدهٔ قلیلی از زنانی که به عنوان مأمور در شرکتها کار می‌کردند در مقامهای درجه‌دومی از قبیل دستیاری خزانه‌دار و منشی شرکت کار می‌کردند ولی امروزه ۸۳ درصد مدیران زن در شرکتهای Service 500 و Fortune 500 طبق بررسی هیدریک و استراگلز، دارای عناوین معاون رئیس یا بالاتر از آن هستند و حال آنکه این نسبت در سال ۱۹۸۰ معادل ۳۵ درصد بود.[20]

از هر کسی در شبکهٔ مردسالاری قدیم هم که بپرسید خواهد گفت که راه رسیدن به رهبری از دانشگاه می‌گذرد. در سال ۱۹۷۵، زنان ۱۱/۷ درصد از مدارک فوق‌لیسانس مدیریت بازرگانی را به خود اختصاص دادند. امروزه این میزان به ۳۳ درصد رسیده است.[21] امروزه به گفتهٔ اتحادیهٔ انجمنهای مهندسی امریکا در واشینگتن دی‌سی، شمار زنانی که مدارک مهندسی می‌گیرند نسبت به سال ۱۹۷۵ سیزده‌برابر افزایش یافته است.

امروزه ۲۰ درصد کل پزشکان و حقوقدانان را زنان تشکیل می‌دهند

که این گرچه نسبت قابل توجهی است ولی باز هم نسبت به دیگر حرفه‌های ذکر شده در این مبحث کم است و علتش هم این است که این مشاغل قبلاً قلمرو مطلق حکومت مردان بوده است و زنان از صفر شروع کرده‌اند.

افزایش تعداد زنان فارغ‌التحصیل از دانشکده‌های پزشکی و حقوق از این هم چشمگیرتر است. در سال ۱۹۶۶ کمتر از ۷ درصد مدارک دکترای پزشکی به زنان می‌رسید ولی در سال ۱۹۸۷ این میزان به ۳۲/۳ درصد یعنی تقریباً یک‌سوم کل مدارک دکترا رسیده است.[۲۲]

در سال ۱۹۶۶ تنها ۳/۵ درصد از مدارک حقوقی (مثل لیسانس حقوق و دکترای حقوق) نصیب زنان می‌شد ولی در سال ۱۹۸۷، زنان ۴۰ درصد از کل مدارک حقوقی را به خود اختصاص دادند.

و به این ترتیب است که در دهۀ ۱۹۹۰ شمار پزشکان و وکلای زن و همچنین نفوذ اجتماعی ایشان، افزایشی قابل ملاحظه خواهد داشت.

زنان، تعداد چشمگیری از مشاغل تخصصی را قبضه کرده‌اند و دیگر یک اقلیت محروم محسوب نمی‌شوند. ارزشهای اجتماعی مقبول زنان و شیوه‌های مدیریتی ایشان به قبول عام نزدیکتر شده است و این در حالی است که همکاران مرد آنان نیز -چه هم‌سن و سالها و چه جوان‌ترها- می‌کوشند خودشان را بیشتر با شیوۀ جدید مدیریت تطبیق دهند تا شیوۀ کهن. زنان ممکن است در عصر صنعتی سرشان بی‌کلاه مانده باشد ولی از هم‌اکنون جای پای خود را در صنایع آینده محکم کرده‌اند.

به قول یوجین جنینگز، پروفسور دانشگاه ایالتی میشیگان، روند پیشرفت زنان در مشاغل مربوط به کامپیوتر از بیشترین سرعت برخوردار بوده است، و این هم یا بدان دلیل بوده است که این صنایع چنان جدید هستند و چنان سریع جای خود را باز کردند که دیگر وقتی برای تعمیم دادن مقررات قدیمی در مورد آنها نبود و یا اینکه مقررات قدیمی دیگر در مورد این صنایع کاربرد نداشت؛ آخر همه چیز تغییر اساسی و کلی کرده است.

۳۰ درصد مدیران شرکت کامپیوتر «اپل» و ۴۰ درصد از متخصصان این شرکت زن هستند.[۲۳]

فیلیس سوژسکی، معاون اجرائی و مدیرعامل و رئیس امور مالی شرکت آرتیفشال اینتلیجنس که تولیدکنندهٔ نرم‌افزار برای مین‌فریمهای آی‌بی‌ام است، می‌گوید: «بسیاری از شرکتهای تولیدکنندهٔ کامپیوتر چندان دربند اجرای برنامه‌های جاافتاده نیستند، نظر آنها این است که «باید گشت و قبل از هر چیز بهترین استعدادها را کشف کرد و بکار گرفت» و من هم به عنوان کارمند و هم مدیرعامل، به این موضوع پی برده‌ام که در این مورد، جنسیت مطرح نیست.»

مریلین لوری، معاون ارشد (AT&T) در نیویورک می‌گوید: «وقتی شرکتی مثل ما چهارنعله بسوی آینده می‌شتابد، مدیریت مجبور است از استعدادها، به هر نحوی که ممکن است بشدت استقبال کند.»

هنگامی که اکثریت قریب به اتفاق نیروی کار را مردها تشکیل می‌دادند، نسبت به توانایی زنها برای رهبری مردان شک و شبهه‌هایی وجود داشت. ولی در دههٔ ۱۹۵۰ کسی حتی فکر نمی‌کرد که زنها از ماشین‌نویسی و کارهایی امثال آن فراتر روند و حال آنکه امروزه بخش اعظمی از مشاغل بخشهای خدمات و اطلاعات در اختیار زنان است. زنان در بدو کار مشاغل سرپرستی را به عهده می‌گیرند و بعداً به مقام مدیریت می‌رسند و درین راه بااستعدادترهایشان به مدارج رهبری هم صعود می‌کنند.

زنان از هم‌اکنون به رهبری مشاغل خودشان پرداخته‌اند و در نقطهٔ شروع، دوبرابر از مردان جلوتر بوده‌اند.

اگرچه زنان در دههٔ ۱۹۹۰ به اوج خواهند رسید ولی واقعیت این است که در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ درِ اتاقهای مشاوره و تصمیم‌گیری به رویشان بسته بود. در چنین حالی تعجبی هم ندارد اگر بسیاری از زنان بااستعداد و موفق با دیدن درهای بسته شانه‌ای تکانده و زیر لب گفته باشند: «به جهنم» و شروع کرده باشند به پایه‌ریزی مشاغل خودشان.

به گزارش اتحادیۀ مشاغل کوچک (SBA)، سی درصد این مشاغل در اختیار زنان است. در هر دهه، نسبت مشاغل کوچکی که در اختیار زنان بوده افزایش یافته است و همچنان به افزایش خود ادامه خواهد داد. در سال ۱۹۸۶، جدیدترین آمار این اتحادیه حاکی از آن بود که زنان صاحب ۴/۱ میلیون شغل کوچک بودند درحالیکه این میزان در سال ۱۹۸۰، معادل ۲/۵ میلیون بوده است.

به‌هرحال، اتحادیۀ ملی زنان مالک موسسه و کارگاه (NAWBO) گزارش می‌دهد که آمار دولتی از این‌دست گاه تا دوسوم زنان صاحب کسب را دربر نمی‌گیرد، چرا که گزارشگران دولتی تنها مالکیتهای کامل و شش‌دانگ را در آمارشان محسوب می‌کنند نه مالکیت مشاع مشترک را. علاوه بر آن، آمار دولتی عموماً مربوط به سه تا شش سال پیش از انتشار است. و اتحادیۀ ملی زنان مالک موسسه و کارگاه طبق این دلایل ادعا می‌کند که حدود چهار تا پنج میلیون زن مالک مؤسسه در پانزده سالۀ اخیر به بازار اقتصاد وارد شده‌اند.[۲۴]

رهبری جدید: جلب وفاداری

رهبر کاردان، چه مرد باشد و چه زن با رفتار عالی و نمونه‌اش، با شیوۀ اخلاقی بی‌شیله‌پیله‌اش، و با روحیۀ تقویت‌کن و شوق‌انگیزش می‌تواند وفاداری کارمندان را جلب کند.

ساده‌ترین راه برای جلب حس وفاداری، مدیریت صادقانه و اخلاقی است. در یک نظرخواهی سال ۱۹۸۸ که توسط شرکت استیل‌کیس انجام گرفت، از کارمندان پرسیده شد در محیط کارشان به چه چیزی بیشتر اهمیت می‌دهند. پاسخ این بود که مهمترین و باارزش‌ترین چیز در محیط کار ما «رفتار صادقانه و روراست و اخلاقی» مدیریت است در برخورد با کارمندان و اعضای شرکت. ۸۱ درصد نظردهندگان این اصل را «بسیار مهم» شمردند ولی تنها ۴۱ درصد از آنها اذعان کردند که این

صفات در مورد کارفرمایشان صدق می‌کند.[۲۵]

این «نحوهٔ مدیریت» شماست که شما را مدیر خوبی معرفی می‌کند. و این شما هستید که خود را به مقام رهبری می‌رسانید. شما با الگو قرار دادن شخصیتتان رهبری می‌کنید.

افراد شرکت دوست دارند از چند و چون اوضاع شرکتشان باخبر باشند. در همین نظرخواهی کمپانی استیل‌کیس، ۷۶ درصد «تبادل آزادانهٔ اطلاعات در بین بخشها و کارمندان» را بسیار مهم ارزیابی کرده بودند ولی تنها ۳۵ درصد می‌گفتند که چنین شرایطی در شرکتشان موجود است.

یان کارلزون، خطوط هوایی اسکاندیناوی (SAS) را تبدیل به مؤسسه‌ای پنج میلیارد دلاری کرد. خطوط هوایی اسکاندیناوی به دنبال از دست دادن ۳۰ میلیون دلار در سال ۱۹۷۹ و ۱۹۸۰، حدود سیصد میلیون دلار در سال ۱۹۸۸ سود برد. کارلزون شدیداً معتقد است که رهبری که انتظار دارد نتیجه‌ای بگیرد باید قبل از هر چیز ترتیبی بدهد که افرادش آزادانه به اطلاعات دسترسی داشته باشند. او می‌گوید «کارمندی که اطلاعات در اختیارش گذاشته نشده باشد، نمی‌تواند قبول مسئولیت کند، حال آنکه همین کارمند، با داشتن اطلاعات نمی‌تواند از پذیرفتن مسئولیت اجتناب کند.»[۲۶]

اِورِت سوتِرز، رئیس سه کمپانی آتلانتائی پیغامهائی از کارکنانش دریافت می‌کرد که مثلاً «ما جان می‌کَنیم و تو بیشتر اعتبارات و تمام درآمدها را به جیب می‌زنی.» او سپس از کارکنانش خواست که حدس بزنند سود شرکت چقدر است و درآمد شخصی او چقدر. بعد از آنکه همهٔ کارکنان حدسی زدند و رقمهای عجیبی اظهار کردند، او واقعیت را به ایشان گفت؛ و همانطور که خودش تعریف کرده است «کم‌کم مدیران مؤسسه هم مثل خود من به تمام مسائل و اوضاع شرکت علاقه‌مند شدند.» به قول او کارکنانی که در جریان وضعیت و چند و چون کارهای شرکت قرار گرفته باشند خود را شریک و صاحب سهم احساس می‌کنند

و «حتی در موارد سختی حاضرند بیشتر کار کنند.»[۲۷]

رهبر در نقش معلم مشکل‌گشای یاریگر

امروزه ما داریم عنوان مدیر را به مفهوم معلم مشکل‌گشای یاریگر، جانشین مدیر به مفهوم فرمانفرما می‌کنیم. یک فرمانفرما، دستوردهندهٔ محض است و صاحب علوم اولین و آخرین؛ ولی یک مربی مشکل‌گشای یاریگر می‌داند که چگونه جواب مشکلات را از دهان افرادی که بهتر از دیگران می‌دانند ـ یعنی همان افرادی که در جریان کار هستند ـ بیرون بکشد. رهبر به عنوان یک تسهیل‌کننده مشکلات را مطرح می‌کند و افراد مختلف را برای رسیدن به نتیجه و تصمیمی متفق‌علیه رهنمون می‌شود و با استفاده از اطلاعات موجود، ضرورتِ اقدامی را ثابت می‌کند.

تری آرمسترانگ، استاد کرسی مدیریت در دانشگاه فلوریدای غربی، خلقیات و خصوصیات مدیران موفق را مورد مطالعه قرار داده است و می‌گوید: «آنان بیشتر به یک مربی شباهت دارند تا به یک دفاع یارگیر؛ آنان بیش از آرزوی موفقیت شخص خودشان به توفیق گروه و سازمانشان دل بسته‌اند.»[۲۸]

در بخش تولید و توزیع، پیتزافروشی دومینو در ایست‌گرانبی کانکتیکات، هیچ‌کس را کارمند و مستخدم نمی‌نامند؛ افرادی که در آنجا کار می‌کنند همه اعضای تیمند و رهبران تیم و مربیان تیم. به قول جف دوگراف، یکی از مربیان تیم دومینو «در اینجا اگر کسی را با عنوان کارمند صدا کنی، مورد اعتراض قرار می‌گیری.»[۲۹]

کمپانی حمل و نقل اورینت اکسپرس در تنسی، نیروی کار هزار و چهارصد نفری‌اش را به گروههای ۳ تا ۱۰ نفرهٔ «بهبود بهره‌وری» تقسیم کرد و بدین ترتیب حجم معاملاتش تا ۳۸ درصد افزایش یافت و درآمدش ۴۸ درصد.

گری ساسر، مدیرعامل این شرکت می‌گوید: «ما شبیه یک مربی تیم ورزشی عمل می‌کنیم یعنی اطلاعاتی را در اختیار افراد می‌گذاریم و تشویقشان می‌کنیم و بقیهٔ کارها را دیگر خودشان روبه‌راه می‌کنند.»[۳۰]

قلق اصلی رهبری در دههٔ ۱۹۹۰ عبارت است از تشویق کارگر جدیدی که آموزش بهتری دیده است به ابراز جرأت و ابتکار بیشتر و اتکاء به نفس و آمادگی همیشگی برای یادگیری.

شاید شرکتی که بیش از شرکتهای دیگر به آموزش و یادگیری مداوم و مادام‌العمر افرادش معتقد است، شرکت موتورولا باشد که تصمیم گرفته است تمام نود و نه‌هزار کارمندش را مشمول آموزش کند و هر سال یک‌سوم اعضا را آموزش دهد. بیل ویگنهورن، رئیس آموزش موتورولا می‌گوید: «درست همانطور که شما پس از خرید تجهیزات و ماشین‌آلاتی، پولی را برای هزینهٔ نگهداری آن کنار می‌گذارید، ما هم ترتیبی‌داده‌ایم که معادل ۱/۵٪ کل‌پرداختهایمان را کنار بگذاریم تا صرف زنده نگه‌داشتن شور رقابت میان کارمندان شود.»[۳۱]

با این ترتیبی که موتورولا پیش گرفته همهٔ مستخدمانش را بین هر هفت تا ده سال یک بار بازآموزی می‌کند. در سال ۱۹۸۷ موتورولا مبلغ ۴۴ میلیون دلار صرف آموزش کارکنان کرد ـدرواقع اگر حقوقهائی را هم که در این مدت به کارمندان مشغول بازآموزی پرداخت شده است به‌حساب آوریم باید بگوییم صدمیلیون دلار خرج این کار کرده استـ بعلاوه ۳/۵ میلیون دلار دیگر هم برای جذب افراد دارای مدارک لیسانس و فوق‌لیسانس و فوق‌دیپلم سرمایه‌گذاری کرد.

مشاغل کوچک هم مثل کمپانیهای عمده‌ای چون موتورولا از این شیوهٔ عمل به نتایجی در همین حد و شاید هم بیشتر خواهند رسید.

کمپانی ریخته‌گری و سکه‌زنی مانومی در اوهایو نیز که تنها هفتاد نفر را در استخدام دارد، در هفت سال اخیر بورسهای آموزشی در اختیار کارکنان نیمه‌وقت و تمام‌وقتش قرار داده است. رئیس این شرکت ملیک چرنیاک، نیمی از افزایش فروش سالانهٔ شرکت را ـکه امروزه به ۱۲

میلیون دلار افزایش یافته است. مدیون همین سرمایه‌گذاریهای آموزشی می‌داند.[۳۲]

به گفتهٔ آنتونی پاتریک کارنِوال، عضو ارشد اقتصاددانان انجمن آموزش و توسعهٔ امریکا در واشینگتن دی‌سی «شرکتهای امریکایی، ۲۱۰ میلیارد دلار برای بازآموزی و «آموزش ضمن خدمت» کارمندانشان هزینه می‌کنند، سیستمی که در وسعت عمل با مجموع مدارس ابتدائی و متوسطه و آموزشگاههای عالی سرتاسر مملکت پهلو می‌زند.»

آیا ایجاد شور و شوق در افراد وظیفهٔ رهبر است؟

هر رهبر موفقی به شما خواهد گفت بسیار بهتر است به استخدام افرادی بپردازیم که شور و شوق خودجوش دارند. رابرت رایت استاد کرسی تئوری سازماندهی در دانشگاه پِپِردین کالیفرنیا می‌گوید «رهبرانی که ایجاد تحرک و شور و شوق را در افراد وظیفهٔ دائم و مداوم خود می‌دانند سرانجام گرفتار زخم‌معده می‌شوند و خسته و مانده از پا درمی‌آیند.»[۳۳]

جی. ویلیام گرایمز، مدیرعامل ESPN، شبکهٔ تلویزیونی کابلی ورزشی می‌گوید «من نه به دنبال جوانی هستم و نه تجربه، تنها چیزی که می‌خواهم هوش است و از آن مهمتر، شور و شوق افرادی را می‌خواهم که مشتاقِ به انجام رساندن کاری باشند. افرادی را می‌خواهم که تا کاری را به انجام نرسانند آرام نمی‌گیرند و افرادی که دائماً در جستجوی شیوه‌های ابتکاری‌اند.»[۳۴]

مایکل کوپر، رئیس گروه تحقیق برای مدیریت می‌گوید تنها تولید کالائی مطلوب یا وجود مؤسسی باهوش شرکتی را به موفقیت نمی‌رساند. توفیق یک شرکت وقتی است که رهبران آن مؤسسه کارمندانشان را به راهی کشانده باشند که سرنوشت خود را با سرنوشت شرکت پیوند دهند و خود را شریک خوب و بد آن بدانند.[۳۵]

ایجاد و حفظ شور و شوق کارمندان از وظایف یک رهبر است.
در این زمینه مؤسسات کوچک بیش از کمپانیهای بزرگ امکان موفقیت دارند زیرا به قول کوپر اعضای مؤسسات کوچک می‌توانند تعلقات مثبت‌تری با شرکت محل کارشان داشته باشند. همو می‌افزاید «اگر من یکی از مدیران Fortune 500 بودم، قطعاً خیلی احساس نگرانی می‌کردم.»

استخدام نیروی کار دهۀ ۱۹۹۰

رئیس سیگار برگ بر لبی که زیرلب می‌گوید «وقتی حالم سر جایش هست که همۀ کارمندانم را دور و بر خودم می‌بینم» مصداقی است از مدیریت کنترل‌کننده؛ همچو شخصی احتمالاً کلمات بعدی‌اش هم چیزی است از این مقوله که «ما اصلاً کارمند نیمه‌وقت نداریم ـ یا کار تمام‌وقت یا به امان خدا ـ کارمند موقت هم به دردمان نمی‌خورد.»
برای جذب و نگاهداری کارمندان شایسته، انعطاف‌پذیری شرط اصلی رهبری است. مایک شور، سخنگوی آی‌بی‌ام می‌گوید: «ما مواظب حال همۀ کارکنانمان هستیم» و نکته‌ای را که صریحاً و علناً مورد توجه داریم «عبارت است از انعطاف‌پذیری و نرمش.»[۳۶]
ولی با اینهمه، به دلیل کمبود فزایندۀ نیروی کار در دهۀ ۱۹۹۰ شرکتها باید از این هم بیشتر کوتاه بیایند.
در دهۀ آینده حدود ۱۴ تا ۱۵ میلیون شغل جدید ایجاد خواهد شد[۳۷] که از ۲۰ میلیون شغل ایجاد شده در دهۀ ۱۹۸۰ کمتر است. و چه بهتر، زیرا در دهۀ آینده حتی برای تصدی مشاغل جدید مشخص شده هم به اندازۀ کافی آدم وجود ندارد. رشد سالیانۀ نیروی کار کمتر از یک درصد خواهد بود یعنی کمترین رقم از دهۀ ۱۹۳۰ به بعد. دهۀ ۱۹۹۰ از نظر عرضۀ نیروی کار فقیرترین و محروم‌ترین دهه‌ها است.
شرکتها باید افرادی را به عنوان منابع نامکشوف نیروی انسانی

استخدام کنند که در دهۀ هشتاد به کاری اشتغال نداشتند: مثلاً درحدود ۳/۳ میلیون نفری که زودتر از موعد بازنشسته شده‌اند، یا افراد معلولی که هنوز غیرشاغل هستند و مهاجران جدیدی که ـبر اثر کمبود نیروی کار و الزام کنگره به تجدیدنظر در قوانین مهاجرتی و احتمالاً قوانین مربوط به کار نوجوانان ـ وارد ایالات متحد خواهند شد. چه اشکالی دارد که فلان بچۀ چهارده‌ساله ساعات محدودی را بعد از درس و مدرسه به کاری مشغول شود؟

امّا بزرگترین منبع بالقوۀ نیروی کار درحدود ۱۴ میلیون زن غیرشاغلی هستند که روزشان به خانه‌داری می‌گذرد. تنها راه تشویق این میلیونها زن برای ورود به بازار کار این است که کمپانیها مبالغی برای نگهداری کودکانشان اختصاص دهند و علاوه بر آن در همۀ مشاغل تخصصی و تکنیکی و دفتری و کارگری به استخدام پاره‌وقت یا کنتراتی بپردازند یا بر اساس شراکتی افراد را به کار گیرند یا کارهائی به آنان رجوع کنند که بتوانند در خانۀ خودشان انجام دهند.[۳۸]

به همین دلیل است که در دهۀ ۱۹۹۰ شعار سیاست استخدامی باید انعطاف‌پذیری باشد. اتخاذ چنین شیوه‌هائی می‌تواند کمپانیها را موفق کند تا زنان مشغول به کار را همچنان در استخدام خود نگه دارند و زنانی را که هنوز وارد بازار کار نشده‌اند به کار گیرند و همچنین بازنشستگان را.

آرت اشترومر، که در کمپانی داروسازی مِرک ـبا سیاستهای پیشگام در این زمینه‌ها ـ مسئول تأمین نیروی انسانی و بهبود وضع استخدامی است می‌گوید کارمندان و کارگران بالقوۀ آمادۀ ورود به بازار کار، روزبروز توجهشان به مسائلی از قبیل تسهیلات نگهداری از کودکان یا مرخصی زایمان یا ساعات کارِ متناوب بیشتر می‌شود و ما همه‌روزه شاهد هستیم که تعداد بیشتری از کارکنان در جستجوی تسهیلات و موقعیتهائی از این‌قبیل به این‌در و آن‌در می‌زنند.[۳۹]

زنان، دوسوم از مشاغلی را که در دهۀ ۱۹۹۰ ایجاد خواهد شد به خود

اختصاص خواهند داد. اینان نیروی کار اصلی بخش رو به رونق خدمات و اطلاعات خواهند بود.

زنان، به موازات شرکتشان در امور تولیدی، لزوم توجه و پرداختن به مسئلهٔ دیگری را نیز غیرقابل اجتناب خواهند کرد، مسئله‌ای که به اقتضای شرایط در سالهای اخیر جامعهٔ صنعتی مشهود و محسوس نبود و آن مسئلهٔ پرداختن و اهمیت دادن به کودکان است.

مراقبتهای روزانه از کودکان

اکثریت زنان بچه‌دار در خارج از خانه به کار اشتغال دارند. بیش از ۷۵ درصد زنان شاغل در سالهای نخستین مادری هستند و اغلبشان یا بچه دارند و یا به‌هرحال روزی در دوران خدمتشان صاحب نوزادی خواهند شد.[۴۰]

در دهۀ ۱۹۹۰ تأسیس مهدکودکهای روزانه به صورت یک امتیاز عمومی استخدامی درخواهد آمد.

در سال گذشته با کمیاب‌تر شدن نیروی کار، شمار شرکتهائی که برای نگهداری کودکان سرویسهائی دایر کردند افزایش یافت ـ یعنی به ۳٬۵۰۰ واحد رسید که نسبت به سال ۱۹۸۴ چهل درصد افزایش داشت. حدود دویست واحد از این شرکتها این تسهیلات را تنها در دورهٔ شش‌ماههٔ سال ۱۹۸۸ فراهم کردند. بیشتر این شرکتها چون نمی‌توانستند این تسهیلات را در محل کار ایجاد کنند بناچار یا کمک‌هزینه‌ای از این بابت به کارمندان پرداختند یا با مهدکودکهای مستقل شریک شدند.[۴۱]

بر اساس مطالعات مرکز حمایت اطفال زنان کارمند: در ایالات متحد ۷۵۰ مرکز مهدکودک در داخل شرکتها وجود دارد.

با این اوصاف، باز هم ۹۰ درصد مؤسساتی که ده کارمند یا بیشتر دارند، مزایای مستقیمی چون تأسیس مهدکودک یا مساعدت مالی برای کارمندانشان قائل نشده‌اند.

ایجاد تسهیلات مهدکودکی تنها برای جذب و حفظ کارکنان خوب نیست، بلکه این اقدام به منفعت شرکتها نیز تمام می‌شود. در سال ۱۹۸۸، تحقیقی توسط شرکت سهامی بانکی دومینیون نشان داد که از ساعات غیبت والدینی که از خدمات مهدکودکی استفاده می‌کردند ۳۱ درصد کاسته شده بود و همچنین تعداد افرادی که از کارشان استعفا می‌دادند، ۱۰ درصد کاهش یافت. در شرکت نایلون‌کرافت، در میشاواکای ایندیانا که ۸۵ درصد کارکنانش زن هستند، میزان استعفای از خدمت در سال ۱۹۷۹، ۵۷ درصد بود. پس از آنکه همین شرکت ۲۵۰٬۰۰۰ دلار برای احداث مهدکودک خرج کرد، این میزان بلافاصله به ۳۱ درصد کاهش یافت و در سال ۱۹۸۸ به فقط ۳ درصد رسید.[۴۲]

برای فراهم آوردن تسهیلات نگهداری کودکان لازم نیست مؤسسۀ شما کمپانی بزرگی باشد یا مبالغ هنگفتی صرف این کار کنید، مؤسسۀ کوچک شما هم می‌تواند با هماهنگی با مدارس محلی مجتمع موفقی باشد.[۴۳]

در ایندیپندنس، میسوری تسهیلات مطلوب قابل قبولی با قیمت مناسب برای نگهداری از کودکان سه‌ساله به بالا فراهم آورده‌اند. بچه‌های مدرسه‌برو هم می‌توانند در برنامه‌های قبل و بعد از ساعات رسمی مدرسه شرکت کنند. چون تمام وقت این بچه‌ها در مدرسه می‌گذرد بنابراین در مخارج ایاب و ذهاب و تهیه یا اجارۀ وسایل، مبالغی صرفه‌جویی می‌شود. و والدین تنها هفته‌ای ۴۵ دلار برای استفاده از مهدکودک و هفته‌ای ۱۸ دلار برای استفادۀ فرزندانشان از برنامه‌های فوق‌العادۀ مدرسه از ۷ صبح تا ۶ بعدازظهر، می‌پردازند.

بیل اِوینگ، مدیر برنامۀ مشابهی در پومونای کالیفرنیا، جایی که دوازده برنامۀ مختلف در خدمت حدود ۹۰۰ کودک ـ از شش هفته تا سیزده سال ـ است، می‌گوید «ما می‌خواهیم ترتیبی بدهیم که مدارس بجای آنکه ساعت ۳ بعدازظهر درهاشان را ببندند و بچه‌ها را به خانه‌هاشان بفرستند، بیشتر به فکر احتیاجات خانواده‌های امروزی باشند.»

در پومونا، علاوه بر مرکزی برای نگهداری کودکان بیمار، مرکز دیگری نیز وجود دارد که هفته‌ای هفت روز و حتی در تعطیلات هم تا نیمه‌شب دایر است.

مراقبت از افراد مسن

اگر شرکتها و جامعه بتوانند مسئلهٔ نگهداری روزانهٔ کودکان را حل کنند، ما برای مواجهه با مشکل دههٔ ۱۹۹۰ ـیعنی مراقبت از افراد مسن‌ـ قدمی جلوتر آمده‌ایم. طبق گزارشی که به عنوان «کارمندان و مراقبت سالخوردگان، خدمت جدیدی دربارهٔ افراد مسن» از طرف موسسهٔ خدمات ملی که یک گروه تحقیقی خصوصی در واشینگتن دی‌سی است، منتشر شده، مراقبت از افراد مسن بیش از نگهداری کودکان، بخش وسیعی از نیروی کار ـاز منشیها گرفته تا مدیران‌ـ را منتفع می‌کند. تقریباً یک‌سوم کل شاغلین میانه‌سال، مسئولیت مراقبت از فرد سالخورده‌ای را برعهده دارند و سه‌چهارم از این شاغلین که عهده‌دار مراقبت از سالخوردگان خانواده‌اند، زنان هستند.[۴۴]

طبق نظر آندرو ای. شارلاک، یکی از پژوهشگران ارشد در زمینهٔ «پیری‌شناسی» در دانشگاه کالیفرنیای جنوبی که کارکنان ترانس امریکا را مورد مطالعه قرار داده است: شرکت بیمهٔ عمر و بازنشستگی ترانس امریکا در لوس‌آنجلس حداقل سالی ۲۵۰٬۰۰۰ دلار بابت کارمندانی که به دلیل مراقبت از والدینشان کار خود را ترک می‌کنند، ضرر می‌کند. همین تحقیق نشان داد که حداقل نیمی از شاغلینی که مسئولیت مراقبت از افراد مسن را برعهده دارند، مجبورند از فرزندان خودشان هم نگهداری کنند.[۴۵]

در سرتاسر امریکا بیش از ۱۵۰۰ مرکز نگهداری روزانه از افراد بزرگسال وجود دارد که بار مسئولیت نگهداری از حدود شصت‌هزار نفر را بر دوش می‌کشد. حدود سیصد شرکت برنامه‌هائی را آغاز کرده‌اند تا

کارمندانشان را در نگهداری از سالخوردگان خانواده یاری دهند، حال آنکه شمار شرکتهای ارائه‌دهندۀ اینگونه تسهیلات در پنج سال پیش صفر بود.[۴۶] ولی نتایج تحقیقات انجام شده در مورد «ترانس امریکا»ی نام برده، باعث توجه به طرح جالبی شد که قبلاً توجه شرکت دیگری را به خود معطوف کرده بود.

در سال ۱۹۹۰ شرکت کفش استراید رایت، مرکزی برای نگهداری از ۵۵ کودک و ۲۴ فرد سالخورده افتتاح می‌کند.[۴۷]

در طول دهۀ ۱۹۹۰ همچنان که والدین نسل پرفرزندی به کمک بیشتری احتیاج پیدا می‌کنند، شرکتهای بیشتری هم به سوی ارائۀ خدماتی از این‌دست رو می‌آورند و مزایای بیشتری در اختیار کارکنانشان می‌گذارند تا آنها بتوانند هر کدام را که مایلند انتخاب کنند.

مایک شور از شرکت آی‌بی‌ام می‌گوید: «ما می‌کوشیم تا بطور کلی همۀ جوانب تعادل بین علائق خانوادگی و وظایف شغلی را مد نظر قرار دهیم.»[۴۸] شرکت آی‌بی‌ام به کارکنانش اجازۀ استفاده از مرخصی بدون حقوق ولی با استفاده از مزایا را تا سه سال می‌دهد تا آنها بتوانند به فرزندان، و بستگان مریض‌احوالشان برسند و یا از این فرصت استفاده کنند و «برای یک بار هم در زندگیشان شده» به دنبال علائق و انگیزه‌های شخصی خودشان بروند.

هنگامی که سیاستهای مرخصی زایمان مترادف می‌شود با استخدام جدید

موقعیتهای خاص عصر اطلاعات و نیاز به داشتن شغلی معین و بالاخره نیاز به پول درآوردن غالباً باعث می‌شود که زنان تقریباً بلافاصله پس از زایمان به سر کارشان بازگردند.

برطبق گزارش کاتالیست ـ مؤسسه‌ای تحقیقاتی در مورد مشاغل

بانوان- بیشتر زنان در شش‌ماههٔ اول زایمان به سر کار بازمی‌گردند. کوتاه‌ترین زمان استفاده از مرخصی که فقط شش تا هشت هفته است، مربوط به زنانی است که بالاترین یا پایین‌ترین حقوق را می‌گیرند. نسبت زنانی که یک سال پس از زایمان به سر کارشان بازمی‌گردند تنها در عرض یازده سال، از ۳۱ درصد سال ۱۹۷۶ به ۵۱ درصد در سال ۱۹۸۷ افزایش یافت.[۴۹]

شرکت کُلگیت-پالمولیو، دوازده هفته مرخصی بدون حقوق به کارمندان زن و مردش می‌دهد به بهانه‌هائی از قبیل تولد نوزاد، نگهداری فرزندخوانده، بیماری و یا مراقبت از افراد مسن.[۵۰] شرکت اتنا لایف اند کژولتی، تا شش ماه «مرخصی خانوادگی» بدون حقوق به کارکنانش می‌دهد چون معتقد است که تحمل غیبت کارمندان بمراتب به‌صرفه‌تر از استخدام افراد جدید است.

شرکت مِرک و شرکاء در نیوجرسی، بیش از سی سال است که سیاست مرخصی زایمان را به اجرا گذاشته است. شش هفته مرخصی با حقوق و تا حداکثر هیجده ماه مرخصی بدون حقوق با استفاده از مزایا شامل حال نومادران می‌شود.[۵۱]

دلیان دالینسکی، یکی از کارکنان شرکت مرک می‌گوید: «با این‌همه مزایائی که شرکت در اختیار کارکنانش می‌گذارد، آدم به آسانی نمی‌تواند راجع به ترک این شرکت و رفتن به جای دیگر تصمیم بگیرد.»[۵۲]

سیاست مرخصی زایمان شرکت مرک -به قول جی داگلاس فیلیپس، مدیر برنامه‌ریزیهای شرکت- مقرون به صرفه است زیرا با احتساب حقوقهای ایام مرخصی باز هم با اجرای این برنامه بابت هر کارمندی دوازده‌هزار دلار به سود شرکت صرفه‌جویی می‌شود چون دیگر مجبور نیست بابت آموزش کارمندان جدید مخارجی را تحمل کند. همین شخص می‌گوید: هزینه‌های از دست دادن یک کارمند و مخارج آموزش فردی که به جانشینی او انتخاب می‌شود روی هم معادل

یک‌برابر و نیم حقوق سالانه‌ای است که به همان کارمند می‌دادیم.

در بازار کار اوایل دهۀ ۱۹۹۰، سیاستهای مبتکرانۀ اعطای مرخصی به کارفرمایان کمک می‌کند کارمندان ماهرشان را از دست ندهند و مجبور نشوند در بازار کم‌عرضۀ نیروی کار به جستجوی جانشینانی نامجرب پردازند.

تمام‌وقت / پاره‌وقت

بازنشستگان و مادران ـ یعنی دو طبقۀ تازه کشف‌شده‌ای که شاغلین جدید دهۀ ۱۹۹۰ از میان آنها خواهند بود ـ معمولاً استخدام پاره‌وقت را ترجیح می‌دهند. در دانمارک و نروژ و سوئد و هلند و انگلستان اکنون شاغلین پاره‌وقت بیش از ۲۰ درصد نیروی کار را تشکیل می‌دهند. بر اساس تحقیق انجمن ملی برنامه‌ریزی، ۱۷/۴ درصد نیروی کار امریکا، شاغلین پاره‌وقت هستند.[۵۳]

کمبود نیروی کار عملاً قابلیت تولید را افزایش خواهد داد بدین معنی که کمپانیها مجبور خواهند شد از کارمندان موجودشان به شیوه‌ای سازنده‌تر و مؤثرتر استفاده کنند.

به گزارش انجمن امریکایی استخدام کارمندان، حدود شانزده درصد شرکتهای امریکایی از جمله جو کواکر و لِوی استراوس برنامه‌های «کار مشارکتی» را به مورد اجرا گذاشته‌اند.[۵۴] این قراردادها به موازات استخدامهای پاره‌وقت افزایش خواهد یافت زیرا کارفرمایان مجبورند جای خالی کارمندان تمام‌وقت را بدین وسیله پر کنند. علاوه بر آن، عکس این عمل یعنی تبدیل پاره‌وقتها به کارمند تمام‌وقت نیز شیوۀ مؤثری خواهد بود. در ساراسوتای فلوریدا، یعنی جایی که نرخ بیکاری ۴ درصد است، شرکت لِکمِر که اجناس از تولید به مصرفش را به صورت خرده‌فروشی هم عرضه می‌کند، مشاغل پارموقت را تبدیل به موقعیتهای شغلی جذابی کرده است.[۵۵]

در فروشگاه ساراسوتا، ۶۰ درصد نیروی کار تمام‌وقت است حال آنکه در ۲۷ فروشگاه زنجیره‌ای دیگر، این میزان معادل ۳۰ درصد است. این فروشگاه بدین مسئله پی برده است که دیگر نمی‌توان به کارمندان پاره‌وقت به عنوان یک منبع خوب و ارزان نیروی انسانی دل خوش کرد. زیرا شعبهٔ ساراسوتا به اندازهٔ کافی کارمند نداشت و معدودی هم که حاضر به کار بودند، ساعتی ۸ تا ۱۰ دلار مطالبه می‌کردند. به همین دلیل این شعبه به کارکنانی که آموزش ببینند و بتوانند چند کار مختلف را انجام دهند تا در وقت ضرورت بتوان در جاهای مختلف از وجودشان استفاده کرد، اضافه‌حقوق خوبی می‌پردازد.

شرکت لکمر که این شیوه را در فروشگاههای دیگرش نیز عملی خواهد کرد، به رمزی پی برده است که اغلب کارفرمایان دیگر ـ و تمام خرده‌فروشان ـ به‌هرحال ناچارند دیر یا زود بدان گردن نهند. آن رمز این است که چگونه باید دستمزدها را به اندازه‌ای افزایش داد که بتوان افراد لایق کارآمدی را جذب کرد و در عین حال چگونه باید میزان تولید و بازدهی را بالا نگاه داشت تا هم خرج این افراد تأمین شود و هم سود شرکت محفوظ بماند.

ادارهٔ محیط خارج

بعد از این همه داد سخن دادن در مورد کارآیی و لیاقت زنان در اقتصاد اطلاعاتی، لازم است به عاملی که آنان را عقب نگه می‌دارد اشاره کنیم و آن عامل، خود زنان هستند. زنانی که امروزه بالای سی سال دارند، اوج اعتلای شغلی خود را در دوره‌ای تعیین کرده‌اند که واقعاً در اقلیت بودند، و چه‌بسا به همین علت اهداف و توقعات شغلی خود را دست‌کم گرفته و در سطحی پایین تعیین کرده باشند.

نسلی از زنان به سنی رسیده‌اند که مقامهای والای مدیریت را در دسترس خود می‌بینند. میانگین سنی مدیران ارشد، طبق تحقیقات

کورن/فِری و مدرسهٔ مدیریت دانشگاه کالیفرنیا، ۵۱ سال است.[۵۶] زنانی که در سال ۱۹۷۵ ـیعنی زمانی که عدهٔ بیشتری از زنان به دریافت فوق‌لیسانس مدیریت بازرگانی نائل آمدندـ ۲۵ ساله بودند، در سال ۲۰۰۰ پنجاه ساله خواهند شد.

آغاز دهۀ ۱۹۹۰، یعنی دهه‌ای که دوران رهبری زنان فرامی‌رسد، زمان آن خواهد بود که زنان در اهدافشان تجدیدنظر کنند و بسیاری از آنان سطح توقعات شغلی خودشان را بالاتر برند. زنانی که در اواخر سومین دهۀ زندگی و یا چهارمین دهۀ زندگی خود هستند برای آنکه درحدود سال ۲۰۰۰ بتوانند به والاترین مقامها برسند باید از همین حالا شیوهٔ تفکر و سطح توقعشان مانند اعضای عالی‌رتبه‌ای باشد که قبلاً خوابش را هم نمی‌دیدند، زیرا به قول رجینا هِرتزلینگر، استاد مدرسهٔ بازرگانی هاروارد، لازمۀ رسیدن به مقامات بالا، داشتن سی و پنج سال تجربهٔ تجاری است.[۵۷]

بیشتر زنان برای رسیدن بدان مقامات باید مهارتهای جدیدی نیز کسب کنند. داشتن مهارتهایی که برای مدیران جزء شرط لازم بود و درین مقوله زنان نسبت به مردان امتیازهائی داشتند، دیگر برای مدیرکل شدن و ریاست، شرط کافی نیست. باید آن مهارتها را با معلومات گسترده‌ای در زمینۀ اشتغالشان و رابطه‌اش با جهان خارج از مؤسسه و شرکت تکمیل کنند.

مسائل اساسی دهۀ ۱۹۹۰ ـاز قبیل تحولات تکنولوژیکی و طیف فشردهٔ تولید و رقابتهای جهانیـ رهبر مؤسسه را ناچار کرده است که اوضاع جهان را زیر نظر داشته باشد و در عین حالی که فعالیتهای داخلی را سازمان می‌دهد، از حال و هوای بازار هم باخبر باشد.

آنچه در ذیل می‌آید مثالهایی است از شرکتها و رهبرانی که قابلیت خودشان را در کنار آمدن با تحولات خارجی و تطبیق وضع شرکتشان با گرایشهای زمانه به ظهور رسانده‌اند.

سال ۱۹۹۲

یان کارلزون قهرمان تجارت، شیوه‌ای در پیش گرفته تا بتواند با مسائل دهۀ ۱۹۹۰ مواجه شود: خطوط هوایی اسکاندیناوی (اس‌آاس) ـ با آنکه دو کشور از سهامداران این کمپانی عضو بازار مشترک نیستند ـ آمادگی رویارویی با سال ۱۹۹۲ را دارد و دیگر شرکتهای هواپیمایی بزرگ اروپا نخواهند توانست اس‌آاس را ورشکست کنند. درواقع این کارلزون است ـ و نه رقبای اروپایی او ـ که سعی دارد اولین خطوط هوایی جهانی را پایه‌ریزی کند. اس‌آاس هشت درصد سهام خطوط هوایی کنتینانتال را خریداری کرده است و با ترتیب دادن پروازهایی به نیوآرک به خطوط هوایی امریکا خواهد پیوست. کارلزون همچنین قراردادی با شرکت هواپیمایی تایلند بسته و پیشنهاد کرده است که چهل درصد سهام هواپیمایی آرژانتین را نیز خریداری کند.[۵۸]
از یک مهماندار اس‌آاس که تازه از نیوآرک به دِنور پرواز کرده بود پرسیدیم آیا اس‌آاس می‌تواند وضع خدمات پروازهای کنتینانتال را سر و سامانی دهد؟ خندید و در جواب گفت: «دارید سر به سرم می‌گذارید؟»

اقتصاد جهانی

توماس هورتون، مدیرعامل اتحادیۀ مدیریت امریکا می‌گوید شرکتهای امریکایی باید به جای مطالعه در وضع شرکتهای ژاپنی به مطالعۀ شرکتهای سوئدی بپردازند. او می‌گوید سوئد از حیث «بازارهای آزاد و موقعیت جهانی و تنوع تکنولوژیکی» شبیه ایالات متحد امریکاست.[۵۹] سوئدیها در سطحی جهانی به ابتکار و فعالیت مشغولند. رمز موفقیت سوئد در داشتن نیروی کار ماهر و میزان بالای سواد و نوآوری است، آنهم علی‌رغم نرخ بالای مالیاتی در این کشور که اگر همین نرخ مالیاتی

در امریکا اجرا می‌شد روحیهٔ بسیاری از امریکائیها را خراب کرده بود.

توجه جهانی نسبت به مسئلهٔ محیط زیست

بادی شاپ با داشتن بیش از ۳۵۰ بوتیک در اروپا و کانادا و استرالیا و خاورمیانه و اخیراً در ایالات متحد، در زمرهٔ بزرگترین فروشندگان مواد آرایشی جهان است. محصولات «کاملاً طبیعی» این شرکت ـمثل لوسیون مخصوص پاک کردن آرایش چشم که از گل بابونه تهیه شده است و یا شیرپاک‌کن تهیه‌شده از خیارـ از گیاهانی تهیه شده است که صاحب این شرکت خانم آنیتا رودیک وقتی که به عنوان کارمند جوان سازمان ملل متحد در افریقا و پولینزی بسر می‌برد با آنها آشنا شده بود. فروش محصولات «بادی شاپ» بدون هیچگونه تبلیغاتی، در سال ۱۹۸۸ به ۸۳/۲ میلیون دلار رسید یعنی نسبت به سال ۱۹۸۷ معادل ۶۲ درصد افزایش یافته بود.

مشتریان محصولات بادی شاپ افرادی هستند که با زمین و محصولاتش آشنا هستند. هیچ‌یک از محصولات شرکت بر روی حیوانها آزمایش نشده است و این مطلبی است که همهٔ تولیدکنندگان محصولات این شرکت متعهد و ملزم به رعایت آنند. کارمندان این شرکت موظفند به مطالعاتی در مورد مواد آرایشی طبیعی و همچنین محیط زیست بپردازند. علاوه بر آن، این کمپانی در برنامه‌های کمک‌رسانی به کودکان مناطق فقرزدهٔ انگلستان و هندوستان و مکزیک نیز سهیم است.

مشتریان این شرکت ـخانمهای جوانـ مراقبت از بدن خود را با حفظ محیط زیست و زندگی حیوانات به هم مربوط می‌دانند. سهام شرکت که در بورس لندن برایش سر و دست می‌شکنند، تا ۶۰۰ درصد افزایش یافته است و موجب حیرت محافل اقتصادی شده است. رودیک می‌گوید: «من مرتباً به آنها می‌گویم که سرمایهٔ ما مردمند.»[۶۰]

کمبودهای نیروی کار

میدلسکس تراک اند کوچ شرکتی ۴/۲ میلیون دلاری در راکسبری ماساچوست که کارش تعمیر فوری کامیونها است میزان معاملاتش از سال ۱۹۸۱ به بعد چهاربرابر شده است. بنیانگذار و رئیس این شرکت برایان مالونی که برندهٔ جایزهٔ سال اتاق بازرگانی بوستون در مکاسب جزئی نیز بوده است می‌گوید: «من در کار مدیریت بیشتر به توافق و همدلی معتقدم تا اعمال قدرت.»[۶۱]

توفیق مالونی از این نظرگاه قابل توجه است که او موفق به جلب وفاداری همکارانی شده است که به نحوی بی‌سابقه تقریباً همگیشان یا از اقلیتها هستند یا از افراد ناقص‌العضو. کارگرانی از این‌دست ــو همچنین زنان ـ بخش عمده‌ای خواهند بود از افراد تازه‌ای که تا سال ۲۰۰۰ به نیروی کار ایالات متحد خواهند پیوست. مالونی، علاوه بر مختصری فرانسوی و اسپانیایی که می‌داند، لب‌خوانی و زبان اشاره را هم آموخته است تا بتواند با کارگرانش رابطه برقرار کند.

در این شرکت، خبری از عناوین و سمت رسمی نیست؛ کارگران کارهای مختلفی را می‌آموزند. مالونی می‌گوید: «خیلی از کارگران صافکاری با رنگ‌کاری هم آشنایند.» او می‌گوید بزرگترین هدفش کمک به کارگران است برای به فعلیت درآوردن استعدادهای بالقوهٔ آنان. می‌گوید: «دلم می‌خواهد وقتی کارگرانم به گذشته می‌نگرند با خودشان بگویند که چیزی یاد گرفته‌ایم.» و او با تشویق افرادش به فراگیری مهارتهای جدید این آرزوی خویش را تحقق می‌بخشد.

حاشیهٔ اقیانوس آرام

زندگی تجاری آبراهام کراسنوف چیزی است از مقولهٔ «جهانی‌گرائی». او شانزده سال مدیرعامل شرکت پال بوده است که

صافیهایی برای جدا کردن مواد زائد تولید می‌کند و تولیداتش در صنایع گوناگونی از نوشابه‌سازی گرفته تا ساخت وسایل جراحی مصرف دارد.[۶۲]

بیست و شش سال پیش، کمپانی اولین گام را به سوی جهانی‌شدن برداشت و شرکتی را در انگلستان خریداری کرد. امروز بیش از ۵۵ درصد میزان فروش ۳۸۵ میلیون دلاری شرکت از ممالک ماوراءبحار تأمین می‌شود. پس از آن گام اولیه در انگلستان این شرکت در آلمان و فرانسه و ایتالیا و سپس ژاپن و سنگاپور هم نفوذ کرد.

شعار شرکت این بود «از کم شروع کن». قدم اول با افتتاح فروشگاه کوچکی شروع می‌شد و بتدریج مسئلۀ حمایت و پشتیبانی تکنیکی مطرح می‌گردید. نصیحت کراسنوف به دیگران این است که «بومیهای کارآمد را استخدام کنید، از بومیهای کارآمد کار بکشید و به حرف بومیهای کارآمد گوش کنید.»

و اما برنامه‌های شرکت برای دهۀ رونق حاشیۀ اقیانوس آرام چیست؟ امروز شرکت با صنعت نفت نوپای چین همکاری دارد و فیلترهای هیدرولیک ساخت چین را برای فروش در بازارهای دیگر خریداری می‌کند. کراسنوف می‌گوید «هندوستان و چین دارند به دوران جامعۀ مصرفی قدم می‌گذارند و هر تاجری که شم و دید جهانی نداشته باشد، یا مرده است یا احمق است.»

تحولات پرشتاب

آیا برای سنجش تحولات هم مبنائی و رقم پایه‌ای وجود دارد همانطور که برای تعیین نرخ و میزان درآمد یا تورم یا بیکاری موجود است؟ اگر وجود دارد واحدش چیست؟ پنج درصد؟ پانزده درصد؟ و آیا این نرخ و میزان در زمانها و شرایط متفاوت تغییر می‌کند یا خیر؟ اگرچه محاسبۀ نرخ تحول غیرممکن است ولی به‌هرحال باید برای این هم در

زندگیمان میزانی و مبنائی تعیین کنیم و در زندگیمان جایی هم برای تحول و ابتکار بگذاریم.

روند سریع تحولات، بخصوص در زمینهٔ تکنولوژی، کمپانیها را با مزایای سرعت آشنا کرده است: مثلاً تسریع در رساندن جنس به دست مصرف‌کننده که نتیجه‌اش جلب مشتریان بیشتر است و کاستن از هزینه‌های انبارداری.

کمپانی جنرال‌الکتریک اکنون مدارهای صنعتی سفارشی را به جای سه هفته در ظرف سه روز می‌سازد. موتورولا سابقاً پیغام‌رسانهای (pager) الکترونیکی را در ظرف سه هفته می‌ساخت ولی اکنون ۲ ساعته می‌سازد و با این عمل رقبای آسیایی‌اش را در بازار شکست می‌دهد.[۶۳]

طبق نظریهٔ مک کینزی و شرکا، که یک شرکت مشاوره‌ای در مدیریت بین‌المللی است، محصولات برخوردار از تکنولوژی پیشرفته که شش ماه بعد از سفارش منتها با هزینه‌ای متعادل به بازار وارد می‌شود، در طول پنج سال ۳۳ درصد کمتر سود می‌برند حال آنکه محصولاتی که زودتر از موعد و علی‌رغم صرف هزینه‌ای بیشتر (پنجاه درصد بیش از هزینهٔ مقرر) وارد بازار می‌شوند تنها ۴ درصد از سود شرکت سازنده خواهند کاست.

رهبرانی که مسحور پدیدهٔ سرعت شده‌اند گاه برنامه‌های تولیدی «غیرممکنی» را تحمیل می‌کنند و افراد را وامی‌دارند که در رویکردشان نسبت به مسئله‌ای تغییر رویه دهند. حال آنکه صرفاً سریع‌تر کار کردن، کلید حل تمامی مشکلات نیست. برای موفقیت باید توانایی سازگار کردن خودمان را با تغییرات داشته باشیم که این هم کار چندان ساده‌ای نیست، چون بیشتر افراد ترجیح می‌دهند برنامهٔ منظم یکنواختی را دنبال کنند.

چارلز اِکسلی که مدیر شرکت ان‌سی آر است، این شرکت را تبدیل کرده است به یک تجارت ۶ میلیارد دلاری با سهامی باارزش. او از

تسریع تحولات باکی ندارد و می‌گوید: «وقتی سرعت تغییرات کاسته شود، طبعاً شانس دست‌یابی و بهره‌برداری از فرصتهای طلایی نیز کاهش خواهد یافت.» برنامۀ او دوبرابر کردن هزینۀ توسعه‌ای ان‌سی آر است در سال ۱۹۸۸، ولی قبل از مبادرت به این کار او اطمینان حاصل خواهد کرد که این پول در جای درستی به مصرف خواهد رسید ـ یعنی برای یافتن بازار مناسب و تکنولوژی مناسب.[۶۴]

در دهۀ ۱۹۹۰ ما از مدیریت کنترل‌کننده به سمت رهبری تحولات شتاب‌آمیز پیش می‌رویم.

هنوز هم بیشتر مثالهای ما در مورد مردان است و این جای تعجب ندارد. زیرا پیدا کردن نمونه‌هایی در میان زنانی که بالاترین مقامها را دارند هنوز کار دشواری است. ولی ده سال دیگر وضع به گونۀ دیگری خواهد بود. به‌هرحال مسئلۀ اساسی برای زنان ـ و همچنین همکاران مردشان ـ این است که از همین امروز خود را برای آینده آماده کنند.

بزرگترین مسئلۀ مدیران در دهۀ ۱۹۹۰ ایجاد تحول در شیوه‌هائی است که برای اعمال رهبری برگزیده‌اند. اولین گام درین راه مطالعۀ در سبک عمل و هنجار کار تاجران موفقی از قبیل بیل گور و یان کارلزون است. گام مهم بعدی تطبیق تلاشهای پیشگامانۀ آنان است با شیوۀ عمل مدیران و شرایط محیطهایی که باعث ظهور بهترین استعدادها شده است.

پیوند زنان با جامعۀ اطلاعاتی ـ که فکر و ذهن را بر زور بازو ارج می‌نهد ـ عقدی است که در آسمانها بسته شده است و در هر کشوری که وارد جامعۀ اطلاعاتی شده است زنان به نیروی کار پیوسته‌اند و موج انقلاب اطلاعاتی به هر جا رسیده باشد سیل زنان هم به سوی بازار کارش سرازیر شده است.

حتی در ژاپن هم با فرهنگی چنان سنتی که واژۀ «همسر» مفهوم «اهل خانه» را تداعی می‌کند، ۴۰ درصد نیروی کار را زنان تشکیل می‌دهند و ۴۸/۶ درصد زنان به کار اشتغال دارند. شمار زنان متصدی مقامهای

مدیریت در ظرف ده سال دوبرابر شده است ـ یعنی چیزی در حدود پنجاه‌هزار نفر در میان بیش از ۱۶ میلیون زن شاغل. در ژاپن بیش از نیمی از زنان شوهردار کار می‌کنند و در نظرخواهی اخیر هشتاد درصد از زنان اظهار داشته‌اند که مایلند مشاغل ثابت مادام‌العمری برای خودشان داشته باشند.[۶۵] خلاصه، مجموع این تحولات چنان اقتضا کرد که در زبان ژاپنی لغت جدیدی ابداع شود تا مفهوم همسری را برساند که در خارج از خانه نیز به فعالیت اشتغال دارد و آن واژهٔ «سوتوسان» است.

دههٔ رهبری زنان در عالم اقتصاد زمانی آغاز می‌شود که زنان در زمینهٔ سیاست نیز به مقامهای بی‌سابقه‌ای دست یافته‌اند. هم‌اکنون بسیاری از زنان عالم که عناوینی از قبیل وکیل مجلس، وزیر کابینه، فرماندار و شهردار دارند سیاستمداران موفقی هستند که توانسته‌اند در مبارزات انتخاباتی پیروز شوند و به مقامهای والائی برسند که تا یک دههٔ پیش حتی تصورش را هم نمی‌کردند.

امروزه زنان برجسته‌ای که به عنوان نخست‌وزیر و رئیس کشور به مقام رهبری رسیده‌اند شخصیت و جوهر ذاتی خود را بر همگان ثابت کرده‌اند. هیچکدام از اینان نه دنباله‌رو و سایهٔ مردان بوده‌اند و نه عروسک دست‌ساز احزاب و نه از قبیلهٔ نظرکردگان. هر یک از اینان جوهر ذاتی خودش را داشته است با خصوصیات ویژهٔ رهبری.

در فیلیپین، کُرازان آکینو، بانوی خانه‌دار سابق و بیوهٔ یک سیاستمدار، به شیوه‌ای کاملاً دموکراتیک، فردیناند مارکوس را از مقامش برکنار کرد و بر مشکلات عظیم و عدیدهٔ کشوری آشوب‌زده فائق آمد و بیش از مدتی که همگان پیش‌بینی می‌کردند بر سریر قدرت باقی ماند.

بینظیر بوتو اشراف‌زادهٔ تحصیل‌کردهٔ هاروارد اولین زنی است که به ریاست کشوری اسلامی رسید و هنگام زمامداریش سوگند خورد که برای بهبود وضع زنان بکوشد و گام بزرگی در جهت خصوصی کردن شرکتهای دولتی بردارد.

مارگارت تاچر محافظه‌کار فرمانروا از خانواده‌ای کاملاً متوسط‌الحال، اولین نخست‌وزیری بوده که سه دورۀ پیاپی در انتخابات عمومی انگلستان موفق شده است. گرو هارلم برونت‌لند ـ نخست‌وزیر مثبت صراحت‌پیشۀ نروژ ـ در مسائل مربوط به محیط زیست و جهان سوم، به رهبری جهانی نائل آمده است. در دولت او ـ نسبت به دیگر ممالک جهان ـ بیشترین مشاغل والای حکومتی در دست زنان است.

در ژاپن مردسالار، تاکاکو دوی، زنی فعال و متکی به خویش، رهبری جناح مخالف یعنی سوسیالیستها را به عهده دارد و چنانچه اکثریت آرا نصیب حزب او شود خود او هم به نخست‌وزیری خواهد رسید. در سال ۱۹۸۹ حزب حاکم لیبرال مایومی موریاما را به عضویت دولت انتخاب کرد و او اولین زنی بود که به عنوان عضو ارشد کابینه معرفی شد.

زنانی که می‌خواهند با نمونه‌های بیشتری از زنان موفق در جهان اقتصاد آشنا شوند بهتر است به جای توجه به زنانی که قلمرو قدرتشان فلان شرکت تجاری است متوجه زنانی گردند که حوزۀ عملشان مسائل پیچیدۀ یک کشور است.

در اولین دهه‌های هزارۀ سوم میلادی، ما و فرزندانمان ضمن مرور گذشته‌ها به نیمۀ دوم قرن بیستم نظر خواهیم افکند و خواهیم گفت عجب دورۀ عجیب و غریبی بود دوره‌ای که زنان از مقامهای والای اقتصادی و سیاسی برکنار بودند ـ درست همانطور که امروزه محرومیت زنان از دادن رأی به نظرمان عجیب و غریب می‌آید. آری، در نخستین دهه‌های هزارۀ سوم خواهیم گفت مردان و زنان دهۀ ۱۹۸۰ چقدر ساده بودند، همان آدمهایی که واقعاً چیزی را به عنوان «سقف شیشه‌ای» باور داشتند و یقین کرده بودند که همین سقف شیشه‌ای برای همیشه زنان را از صعود به اعلی‌علیین بازخواهد داشت.

۸

عصر زیست‌شناسی

امروزه برای آنکه بهتر بتوانیم موقعیتها و مسائل عصر حاضر را درک کنیم از الگوها و مفاهیم تشبیهی فیزیک به الگوها و مفاهیم تشبیهی زیست‌شناسی روی آورده‌ایم.

فیزیک، الگوها و مفاهیم عصر ماشینی-صنعتی را برایمان تأمین کرد. مفاهیم تشبیهی فیزیک عبارتند از: انرژی‌بَر، خطی (طولی)، کلان، ماشینی، جبر بارور، هدایت شده از برون.

ولی امروز ما در فرایند ایجاد جامعه‌ای هستیم که دارای آرایش پیچیده‌ای از سیستمهای بازخور اطلاعات است. سیستمهایی نه بی‌شباهت به ساختار ارگانیسم زنده. علاوه بر آن، ما در آستانهٔ عصر بزرگ بیوتکنولوژی (تکنولوژی زیستی) قرار گرفته‌ایم.

مفاهیم تشبیهی بیولوژی عبارتند از: اطلاعات‌بَر، خرد (ریز)، هدایت شده از درون، انطباق‌پذیر، کل‌گرا.

در عصر اطلاعات، ما از دایرهٔ لغات زیست‌شناسی اقتباس می‌کنیم. حتی «فیزیک نوین» هم با بکارگیری مفاهیم بیولوژیکی در حال پیشرفت است.

امروزه از «ویروس» کامپیوتری حرف می‌زنیم. صفحهٔ کامپیوتری که این فصل از کتاب بر رویش نقش می‌بندد به هنگام روشن شدن کامپیوتر دارای یک تصویر سر سوزنی است، بدین معنی که در کامپیوتر برنامه‌ای به اسم «واکسن» وجود دارد که دائماً درصدد یافتن و برطرف کردن معایب عملکردی کامپیوتر است. برنامه‌های مشابهی به اسامی اینترفرون و ویروس‌درمانی هم وجود دارد. وسیلهٔ انتخابی مورد استفادهٔ این کامپیوتر «موش» نام دارد و تمام این بند و بساط توسط شرکتی به نام «اپل» سرهم‌بندی شده است.

سیستمهای بازخورد اطلاعات، از نظر بیولوژیکی و الکترونیکی اثر تقویت‌کنندهٔ متقابل دارند. از کامپیوترها برای برملا کردن اسرار حیات استفاده می‌شود؛ زیست‌شناسی سیستمها و نرم‌افزار اطلاعاتی جدیدی در دسترس ما قرار می‌دهد.

در صحبتهای معمول روزمره بیش از پیش از کلمات و اصطلاحات زیست‌شناسی استفاده می‌شود: «بازخورد»، «در حلقه»، کانالهای انتقالی، برنامه‌ریزی مجدد، همزیستی. و در تجارت اصطلاحاتی چون «سرمایهٔ بذری»، «گرمخانه». برای پروژه‌های تجاری مبتکرانه، «رشد»، و «تکامل» سازمانی. نیز به گوشمان می‌خورد و تشبیه تحول از حالت حشره به پروانه دیگر تقریباً استفادهٔ عام پیدا کرده است.

چه‌بسا که زیست‌شناسی، و نه الکترونیک، کلید ورود به عصر جدید «کامپیوترهای متفکر» باشد.

ایسائو کاروبه، از انستیتو تکنولوژی توکیو، وسیله‌ای اختراع کرده است به نام تراشه‌های تازگی (Freshness chips) که تماماً از پروتئینهای مصنوعی و پلیمرهای ارگانیکی درست شده است که در داخل بسته‌بندیهای ماهیهای در معرض فروش در فروشگاهها جاسازی می‌شوند. و وقتی ماهی شروع به فاسد شدن می‌کند، این دستگاه بوهای شیمیائی متصاعد شده از ماهی را، قبل از آنکه عضو بویایی انسانها قادر به تشخیص آن باشد، تشخیص می‌دهد و تغییر رنگ می‌دهد. بدین ترتیب،

مشتریها (و البته مدیریت فروشگاه) با تغییر رنگ این برچسب درمی‌یابند که ماهی دیگر به تازگی سابق نیست. (تراشه‌های تازگی برای دیگر مواد غذایی نیز بزودی در دسترس خواهد بود).

این وسیلهٔ مولکولی-زیستی، یک کامپیوتر زنده است. مرحلهٔ بعدی ـکه انتظار می‌رود تا یک دههٔ دیگر تکامل یابدـ یک بینی مصنوعی است؛ وسیله‌ای که می‌تواند مقادیر معتنابهی از بوها را تشخیص دهد. در جریان تکامل، ساختارهای اولیهٔ مغزی معطوف حس بویایی بودند. و شاید زیست‌شناسی راه مناسب‌تر و بهتری باشد برای دستیابی به یک سیستم عصبی مصنوعی تا راههای الکترونیکی برای رسیدن به «هوش مصنوعی».

کارشناسان تکنولوژی زیستی و بنیادگرایان زیستی

تکنولوژی زیستی حضور بسیار قدرتمندی در زندگی انسان پیدا کرده است ولی هنوز هم بسیاری از ما اطلاعات کمی دربارهٔ این پدیدهٔ معظم علمی داریم و دانسته‌هایمان در مورد کاربردهای اجتماعی و اخلاقی آن بمراتب کمتر است. اکثر ما تا حدودی نسبت به تکنولوژی بدبین هستیم و جزء اخلاقی ترکیب‌کنندهٔ تکنولوژی زیستی که در مواردی گمراه‌کننده هم هست، گاه باعث می‌شود که کلاً از پرداختن به این موضوع اساسی (تکنولوژی زیستی) حذر کنیم. ولی حذر کردن همان و به خطا رفتن همان. ما چه بخواهیم و چه نخواهیم این تکنولوژی زیستی با ما خواهد بود و بی‌اعتنائی ما باعث عدم حضور آن نخواهد شد. در این راستا اعتماد و اطمینان کردن به متخصصین این فن امری بسیار ضروری است.

هدف این فصل از کتاب آن است که با زبانی همه‌فهم، مسیرهای عمدهٔ تکنولوژی زیستی در زمان حاضر را تعریف کند.

اولین اظهار وجود تکنولوژی زیستی در حوزهٔ مراقبتهای بهداشتی

روی داد یعنی وقتی که دانشمندان موشها و بزها را به گونه‌ای تغییر دادند که بتوانند پروتئینها و مواد شیمیائی مفید برای انسانها را تولید کنند ـدارویی برای کمک به افراد مبتلا به هموفیلی و داروی TPA برای حل کردن لخته‌های خون. بزودی ما خواهیم توانست افرادی را هم که مستعد ابتلا به بیماری خاصی هستند، قبل از ابتلا شناسایی کنیم؛ نسل جدیدی از واکسنها در راه بازار است.

امروزه دخالتهای ژنتیکی در غلات و دامها، رشد قابل توسعه‌ای یافته است. کودهای شیمیایی و مواد شیمیایی برای مقابله با حشرات مضر در همان بدو رشد محصول بکار گرفته می‌شوند.

تکنولوژی زیستی قادر خواهد بود از طریق یک انقلاب سبز نوین به گرسنگی خاتمه دهد. در زمینه‌های ژنتیکی، پیشرفتهایی برای رشد سریع‌تر ماهی و گوساله و غنی‌تر کردن برنج و سیب‌زمینی از نظر پروتئین انجام شده است. گونه‌های جانوران رو به انقراض را می‌توان از طریق انتقال جنین به یک مادر دیگر حفظ کرد.

تکنولوژی زیستی بالاخره بشر را قادر خواهد ساخت که خصوصیات ارثی را تشخیص دهد و در آنها دخل و تصرف کند و همین مسئله باعث ایجاد وهم و هراس شده است. چرا که تکنولوژی زیستی در عین حالی که سهم بسزایی در بهبود زندگی ایفا می‌کند، سؤالهایی نیز برمی‌انگیزد که باعث نگرانی مردم می‌شود.

مخالفتها

گاهی تلاشهای انجام شده برای آزمایش موجودات تولید شده توسط مهندسی ژنتیک باعث ایجاد مخالفتهای بسیاری می‌شود.

طرفداران حفظ محیط زیست، افرادی که از حقوق حیوانات طرفداری می‌کنند، مزرعه‌داران و روحانیون از جمله افرادی هستند که نگرانیهایی را در مورد این مسئله ابراز می‌دارند: آیا دخالت در امر

طبیعت از نظر اخلاقی درست است؟ آیا گونه‌های جدید به محیط زیست صدمه نخواهند زد؟ آیا با جانوران و حیوانات دارد بدرفتاری می‌شود؟ آیا صنایع داروسازی و از آن‌جمله کشاورزی باید تنها هدفشان تحصیل منفعت مادی بیشتر باشد؟ و بطور کلی تکنولوژی زیستی از نظر اخلاقی و اجتماعی و قانونی چه کاربردهایی می‌تواند داشته باشد؟

دانشمندان دانشگاه برکلی کالیفرنیا قصد داشتند با پاشیدن نوعی باکتری روی کرت کوچکی سیب‌زمینی در محلی در نزدیکی مرز اورگون ببینند که آیا این باکتریها می‌توانند مانع از سرمازدگی سیب‌زمینی شوند یا خیر. ولی شهروندان محل بشدت با این کار مخالفت ورزیدند. گلن چرچ از اتحادیهٔ ضدیت با تکنولوژی تهدیدکنندهٔ محیط زیست، اعتراض کرد که «شهروندان این جامعه احساس می‌کنند که بخاطر بقیهٔ نقاط جهان آنها را موش آزمایشگاهی کرده‌اند. و بالاخره دانشگاه که با تهدید به اقدام قانونی و شکایت روبرو شده بود، آزمایش را لغو کرد.

طرفداران محیط زیست بیم آن دارند که تکنولوژی زیستی، خود طبیعت را هم تغییر دهد. از هم‌اکنون رشد گونه‌هایی از ماهی، از جمله ماهی قنات، با اعمال تغییرات ژنتیکی سریع‌تر شده است. از نقطه‌نظر تئوری، دانشمندان قادرند با تکثیر ژنهایی در ماهیهای آزاد، الگوی مهاجرتی این ماهیها را تغییر بدهند و درنتیجه صید آنها را در اقیانوسها سهل‌تر سازند. چه‌بسا که رودخانه‌ها و دریاچه‌ها و حتی اقیانوسها تبدیل به مزارع پرورشی آبیی شوند که در آنها گونه‌هایی را که زمانی وحشی بودند تکثیر و مثل رمهٔ گاو و گوسفند به بازار عرضه می‌کنند.

آیا دخالت تکنولوژی در طبیعت درک افراد از مسئلهٔ حیات را هم تغییر خواهد داد؟

آیا نسلهای آینده خود «حیات» را هم صرفاً یک برنامهٔ کامپیوتری قابل دستکاری خواهند انگاشت؟

سؤال‌انگیزترین مسائل دربارهٔ تکنولوژی زیستی از اینقرار است:
– چطور می‌توانیم مطمئن باشیم که یک ارگانیسم تغییریافته از نظر ژنتیکی ـعلی‌رغم منفعت بالقوه برای نوع بشرـ در صورت وارد شدن به محیط زیست، عواقب فاجعه‌باری دربر نداشته باشد؟
– چگونه می‌توان هم امنیت عمومی را تأمین کرد و هم به پیشرفتهای علمی ادامه داد؟
سؤال بسیار است و پاسخ اندک.

قانون

آلبرت گور (پسر) سناتور امریکایی می‌گوید: «ما در حال حاضر به طرز هول‌انگیزی از مواجهه به شیوه‌ای اخلاقی با راههای متنوعی که تکنولوژی در اختیارمان خواهد گذاشت، ناتوانیم. همان قدرتی که می‌تواند سرمنشاء اینهمه خوبی باشد می‌تواند دروازه را به روی مسائل و مشکلات جدّی بالقوه‌ای بگشاید و اگر مواظب نباشیم ممکن است نادانسته پایمان را از گلیممان درازتر کنیم.» گور پیشنهاد داده است که یک کمیسیون ملی بر آن‌دسته از دستاوردهای تکنولوژی زیستی که بر مهندسی ژنتیک انسانی تأثیر می‌گذارند، اعمال کنترل کند.[1] قانونگذاران با توجه به عدم وجود پاسخهای لازم به این سؤالات ممکن است کنترلهایی را بر تحقیقات تکنولوژی زیستی اعمال کنند. مجلس نیوجرسی در سال ۱۹۸۷ لایحه‌ای را برای تشدید قوانین کنترل میکروبهای ایجاد شده توسط مهندسی ژنتیک از تصویب گذراند. تکزاس و ویسکانسین و کارولینای شمالی هم لوایحی را برای وضع مقرراتی در مورد بیوتکنولوژی مد نظر قرار داده‌اند.
در سطح جهانی هم ایتالیا و ژاپن ورود ارگانیسمهای ساخته شده از طریق مهندسی ژنتیک را به درون محیط زیست مجاز نمی‌دانند. کمیسیون ژنتیک آلمان غربی هم خواستار معلق گذاشتن این نوع

آزمایشها به مدت پنج سال شده است. حزب سبز آلمان غربی نسبت به بیوتکنولوژی همان نظری را دارد که نسبت به انرژی هسته‌ای: اجتناب به هر قیمتی.

عامل ریفکین

تاکنون هیچ منتقدی به اندازهٔ جرمی ریفکین، دادستان واشینگتن و یکی از مخالفان سرسخت تکنولوژی زیستی، ابراز مخالفت نکرده است. ریفکین با هر نوع دستکاری و دخالتی در ژنهای انسانی مخالفت می‌ورزد و آن هم بدین دلیل که این کار منجر به سیاست خلق «انسانهای کامل» و باعث بروز مسئلهٔ حساس اصلاح‌نژاد بشر خواهد شد. او مخالف ورود ارگانیسم تغییریافته به محیط است چون به قول خودش این کار بالاخره منجر به دخالت در محیط زیست و پی‌آمدهای فاجعه‌باری خواهد شد.

پنج سال تمام، ریفکین آزمایشهای فراست‌بَن (مادهٔ ضدسرمازدگی) گیاهان در محیط خارج از آزمایشگاه را به تعویق انداخت. مادهٔ ضدسرمازدگی، میکروب اصلاح‌شده‌ای است که می‌تواند گیاهان را از سرمازدگی محفوظ بدارد.

وقتی بالاخره این آزمایش در یک کرت توت‌فرنگی انجام شد، ادارهٔ مواد غذایی و کشاورزی کالیفرنیا به دانشمندان دستور داد که لباسهای مخصوصی شبیه لباس فضانوردان با کلاه‌خود و دستکش و ماسک تنفس بپوشند، درحالی که چند قدمی دورتر از آنها جماعت خبرنگاران و تماشاچیان بدون هیچگونه پوشش حفاظی، مشغول نوشیدن قهوه و خوردن دونات بودند. در آزمایش بعدی، لزوم استفاده از لباسهای فضانوردی مورد تجدید نظر قرار گرفت با این نتیجه که همچو کاری دیگر زیادی محتاطانه است. از این‌رو، آزمایشها بدون لباس و حفاظ مخصوص انجام شد.

ریفکین خواستار یک تأخیر قانونی پنج‌ساله برای آزاد کردن مواد حاصل از مهندسی ژنتیک ـاز هر نوعی ـ در محیط زیست است و همچنین ممنوعیت به ثبت رساندن حیوانات حاصل از پیوند ژنتیکی، یعنی حیواناتی که دارای ژنهایی از گونه‌های دیگر هستند. ریفکین هشدار می‌دهد که یک حادثهٔ ژنتیکی می‌تواند به مراتب فاجعه‌بارتر از یک لغزش هسته‌ای باشد. او معتقد است که «آیندهٔ تمدن در خطر است.» ولی همهٔ طرفداران محیط زیست هم با نظر و عقیدهٔ او موافق نیستند.

باری کامانر که خود یکی از طرفداران فعال محیط زیست است و درضمن یک دانشمند، اظهارنظرهای ریفکین را «سخنانی فاقد اساس علمی و صرفاً به منظور خودنمایی» می‌خواند.

دیوید بالتیمور، زیست‌شناس مولکولی، برندهٔ جایزهٔ نوبل هم تقریباً پاسخی به شیوهٔ کامانر به اظهارنظرهای ریفکین می‌دهد و می‌گوید: «او نمی‌فهمد که از چه چیزی دارد حرف می‌زند... فکر می‌کنم ریفکین می‌کوشد تا هرآنچه را در حوزهٔ تکنولوژی می‌گذرد، متوقف کند... به نظر من که دست ریفکین با بنیادگرایان مذهبی‌ای که معتقدند انجام برخی کارها کفر و حرام است، در یک کاسه است؛ ریفکین هم در نوع خودش یک بنیادگرای زیست‌شناسی است.»[۲] مجلهٔ اکونومیست هم دائماً به ریفکین به عنوان یک «زیست‌بنیادگرا» اشاره می‌کند.

ولی بسیاری، در عین حالیکه فکر می‌کنند ریفکین فردی افراطی است، توانایی و شهامت او را در مطرح کردن اینگونه مسائل می‌ستایند. آقای بالتیمور می‌گوید: «به نظر من مهندسی ژنتیک کلاً چیزی است که مردم باید نسبت به آن آگاهی داشته باشند زیرا که زیست‌شناسی مولکولی در حیطهٔ عمل خود از تواناییهای بسیاری برخوردار است. مردم باید بدانند که چه اتفاقاتی در این حوزه دارد روی می‌دهد.»

بالتیمور می‌گوید که دستکاریهای ژنتیکی امروزی فرقی با کاری که پرورش‌دهندگان سگ و یا کشاورزانی که شلیل بعمل آوردند و دهها

سال است که بدان مبادرت می‌ورزند ندارد. او می‌گوید هورمون رشد بمراتب بیشتر از دخالتهای آزمایشگاهی امروزی، باعث ایجاد تغییرات در یک‌گونه می‌شود.

«فرق بین سگ اهلی و سگ وحشی بمراتب بیشتر از تغییراتی است که ما در آزمایشگاهها ایجاد می‌کنیم ـفرق بین سگ اهلی با سگ وحشی بطور مصنوعی و با جفت‌گیری و در طول چند نسل انجام شده است. مثلاً همین میوهٔ شلیل را در نظر بگیرید؛ شلیل، پیوندی است بین دو نوع میوهٔ موجود. بله، مدتهاست که داریم با ژنتیک بازی می‌کنیم.»

نظریهٔ کلی متخصصان فن این است که: مهندسی ژنتیک، به زبان ساده عبارت است از طریقهٔ بهتری برای انجام همان کاری که اصلاح‌کنندگان نژاد سالها بدان مبادرت کرده‌اند، یعنی تلاش برای بهبود کشاورزی.

ولی آیا حقیقتاً چنین است؟ آیا بمب اتمی هم صرفاً پیشرفت دیگری است در راستای زنجیره‌ای که با گرز و تبر و تیر و کمان شروع شد؟ آیا مهندسی ژنتیک جهشی کوانتومی است که یک‌سری قوانین و ملاحظات کاملاً جدید را اقتضا می‌کند؟ درست همانطور که بمب اتمی کرده بود؟

پنج پیش‌فرض عمده

بدون شک سرعت پیشرفتهای علمی سریع‌تر از آن بوده که علائق و اذهان عمومی بتواند آنها را تحلیل و جذب کند. ولی این پیشرفتها بسیار حائز اهمیتند و بسیار سریع هم رخ می‌دهند. و اگر به اندازهٔ کافی در مورد آنها آگاهی نداشته باشید، آن وقت اجازه داده‌اید که نیروهای دیگری نقش خدا را بازی کنند.

این بخش با پیشرفتهای اخیر سر و کار دارد و مسائل اخلاقی و مذهبی

ناشی از آن. ما با ارائهٔ نظریات و استدلالهای اساسی می‌گذاریم که شما خود در این مورد تصمیم بگیرید.
پیش‌فرضهای ما از این‌قرارند:

۱) تکنولوژی زیستی گرچه تکنیکی است و گاه وهم‌انگیز، ولی باز هم نمی‌توان آن را نادیده انگاشت و بی‌توجه از کنارش گذشت.
۲) برای جلوگیری و مخالفت با تکنولوژی زیستی دیگر خیلی دیر شده است. حتی در همین مرحلهٔ اولیه هم بازگرداندن «جن» آزاد شده به داخل خمره کار بسیار دشواری خواهد بود. آری، کار از کار گذشته، «جن» از خمره‌اش درآمده است.
۳) و مسئولیت آنچه در شرف روی دادن است از هم‌اکنون به گردن ما افتاده است.
۴) تکنولوژی بخودی خود شیطانی و پلید نیست. تکنولوژی ماهیتی خنثی دارد و اینکه ما خودمان آن را چگونه بکار گیریم، مسئلهٔ اصلی است. دستاوردهای تکنولوژی زیستی، بیش از آنکه منفی باشند، مثبت هستند ولی برای دستیابی به این دستاوردهای مثبت باید هدفمان را روشن کرده باشیم.
۵) اگر بخواهیم مسئولیت دستکاری در امر حیات را بعهده بگیریم باید از نظر روحی و معنوی تحولاتی در خودمان ایجاد کنیم. و شاید برای از عهده برآمدن این مسئولیت عظیم به منجیان و افرادی نیاز داشته باشیم که بتوانند تا حدی از سیر سریع آن بکاهند.

نباتات، جانوران، انسانها

در مسیر حرکت ما بسوی هزارهٔ بعدی، بیوتکنولوژی به اندازهٔ

کامپیوتر اهمیت خواهد یافت و همهٔ ما این واقعیت را احساس خواهیم کرد. همچنین درخواهیم یافت که ناچاریم چیزهایی دربارهٔ بیوتکنولوژی و مقصد نهایی آن بدانیم.

گرچه برخی از ما مثل جرمی ریفکین سفت و سخت با بیوتکنولوژی مخالفیم و علیه آن جبهه گرفته‌ایم، ولی هستند کسانی که با آن برخورد معتدل‌تری داشته‌اند: آنان معتقدند دستکاری در ژنهای نباتی اشکالی ندارد ولی دخل و تصرف در ژنهای انسانی قطعاً ممنوع است. در این میان، جانوران وضع بینابینی دارند، یعنی جواز و عدم جوازش منوط خواهد بود به اخلاقی بودن یا اخلاقی نبودن قضیه.

نباتات

جِسی جِینز، بیوشیمیست دانشگاه ایالتی لویزیانا ـ که آزمایشهائی با کمک «جان دادز» از مرکز بین‌المللی سیب‌زمینی در «لیما»ی پرو انجام می‌دهد ـ امیدوار است بتواند همین سیب‌زمینی کم‌خاصیت را چنان پرورش دهد که ارزش پروتئینی گوشت را داشته باشد.

جینز می‌گوید: «ژنهایی که من ترکیب کردم، حامل پروتئینهایی است که از حیث میزان اسید آمینهٔ لازم برای بدن انسان، بمراتب بهتر از پروتئین گوشت گوساله است.» بخشی از تلاشهای او شامل بهبود کیفی دیگر نباتاتی است که سهم عمده‌ای در تغذیهٔ انسان دارند، مثلاً برنج و کاساوا (نباتی گرمسیری که ریشه‌اش حاوی نشاسته است). درحدود دو میلیارد نفر در جهان از کاساوا به عنوان غذا استفاده می‌کنند، که مثل برنج از حیث پروتئین فقیر است.

جینز می‌گوید: «ممکن است چهار پنج سال دیگر طول بکشد ولی بالاخره خواهیم توانست نباتاتی از جمله سه محصولی که مورد توجه خاص ماست، یعنی سیب‌زمینی و کاساوا و برنجی تولید کنیم که ارزش غذایی‌شان بمراتب بیشتر باشد و امیدواریم که این نباتات غنی‌شده

بتوانند کمبود پروتئنی را که در حال حاضر شاهدش هستیم، جبران کنند.»

در عین حال جینز و همکارانش شیوه‌ای برای مقاوم کردن این محصولات خوراکی در مقابل باکتریها و قارچهایی که سالانه ۴۰ درصد محصول زراعی جهان را ضایع می‌کند، یافته‌اند.

جینز بسیار خوش‌بین است و می‌گوید: «واقعاً معتقدم که مهندسی ژنتیک و بیوتکنولوژی می‌تواند کمک بزرگی به مردم جهان در حال توسعه بکند. می‌دانم در امریکا هستند کسانی که دربارهٔ هر اقدام مهمی که در شرف وقوع است حرفهائی می‌زنند، و ما هم از انتقاداتشان بی‌نصیب نخواهیم ماند؛ اما یقین دارم بسیاری از این مردم با مشاهدهٔ نتایج درخشان این شیوهٔ عمل در کشورهای جهان سوم، بالاخره موفق خواهند شد در منفی‌بافیهای خود تجدیدنظر کنند.»[۳]

گوجه‌فرنگی قهرمان

یکی از دستاوردهای بزرگ بیوتکنولوژی، عبارت است از تولید نوعی گوجه‌فرنگی که در برابر انگلها و ویروسها و آفتهای گیاهی مقاوم است. این محصول که در مونسانتو تولید شده و گوجه‌فرنگی قهرمان لقب گرفته، نوهٔ همین گوجه‌فرنگیهای معمولی است و به برکت مهندسی ژنتیک بدین مرحله از مقاومت و آسیب‌ناپذیری رسیده است.

مژدهٔ دیگری هم داریم برای آنهایی که مایلند میزان محصول مزارعشان را بالا ببرند: احتمال انتقال ویژگیهای «گوجه‌فرنگی قهرمان» به سیب‌زمینی و چغندر قند و هر گیاهی از گروه نباتات پهن‌برگ دولپه‌ای وجود دارد. بعد از این کشاورزان تبدیل خواهند شد به تکنیسینهایی که مشغلهٔ اصلی‌شان عبارت است از تصمیم‌گیری در مورد نوع ویژگیهائی که دلشان می‌خواهد در محصولاتشان باشد.

شرکتهای دیگری مشغول پرورش نوعی گوجه‌فرنگی هستند که

پرمحتواتر از گوجه‌فرنگیهای معمولی باشد، بطوری که بتوان سوپ یا رب گوجه‌فرنگی یا سُس گوجه‌فرنگی را با تعداد کمتری گوجه‌فرنگی تهیه کرد. اکتشافات و تکنیکهای نوین، گوجه‌فرنگی‌کاران را قادر خواهد ساخت که محصولشان را برای مدت طولانی‌تری بر ساقه و در مزرعه باقی بگذارند تا مزه و طعم بهتری یابد، بدون اینکه فاسد شود.

ویلیام هیات، میکروب‌شناسی از شرکت کالژن دیویس در کالیفرنیا که با همکاری مؤسسهٔ سوپ کمبل سعی در بهبود کیفی گوجه‌فرنگی دارد می‌گوید «در حال حاضر هرچه در فروشگاهها خریداری می‌کنید، کال از مزرعه چیده شده است.»[۴]

مشتریها چشمشان دنبال گوجه‌فرنگی قرمز و رسیده است. در حال حاضر مؤسسات حمل گوجه‌فرنگی برای قرمز کردن پوست سبز و سفت گوجه‌های کال که نگذاشته‌اند بطور طبیعی برسد، از گاز اتیلن استفاده می‌کنند.

آلن بنِت، متخصص ژنتیک نباتی در دانشگاه کالیفرنیا در دیویس می‌گوید گوجه‌فرنگیها را وقتی می‌چینند «مثل یک توپ بیس‌بال کاملاً سفت و سبز» است، و در برابر فشارهای حمل و نقل صدمه‌ناپذیر.

ذرت بوداده کره‌دار - و بدون کالری

بیوتکنولوژی در خدمت میلیونها افرادی خواهد بود که رژیم غذائی دارند و نسبت به اضافه‌وزن خود حساسند. این تکنولوژی نه‌تنها قادر خواهد بود چربی غذاهای «ممنوعه»ای همچون گوشت خوک را از بین ببرد بلکه می‌تواند طعم طبیعی ذرت را نیز با استفاده از اسانس کره بهبود بخشد، بی‌آنکه باعث افزایش کالری آن شده باشد.

پرورش ذرت کره‌دار حتی بمراتب آسان‌تر از گوجه‌فرنگی قهرمان است. «تکنولوژی نباتی DNA» در سینامینسون نیوجرسی با استفاده از تکنیکی به اسم Somoclonal Variation، گونه‌هایی از ذرت را که بطور

طبیعی طعم کره دارند انتخاب می‌کنند. بخشهایی از بوتهٔ ذرت را می‌برند و سلولهای خاص آن را در آمیزهٔ مخصوصی از هورمونها و مواد غذایی پرورش می‌دهند. ریچارد لستر، سرپرست تکنولوژی نباتی DNA می‌گوید: «با استفاده از این تکنیک می‌توان خیلی سریع موفق به ایجاد تغییرات عمده‌ای در محصولات گیاهی شد. درواقع با این کار جریان انتخاب طبیعی تسریع می‌شود.»[۵]

دانشمندان دانشگاه کورنل مشغول پرورش گونه‌های جدیدی از سیب هستند که حتی اگر قطعات بریده‌شده‌اش در معرض هوا قرار گیرد تغییر رنگ ندهد و قهوه‌ای نشود. ژاپنیها هم نوعی هندوانهٔ بدون تخم پرورش داده‌اند.

از دیرباز گیاهان منبع طعم و عطر بوده‌اند. اکنون دانشمندان در نظر دارند در آزمایشگاهها سلولهایی گیاهی پرورش دهند که بتواند مواد شیمیایی مولد طعم و عطر تولید کند. آزمایشگاهها طعمهای شکلات و وانیل یا فلفل قرمز در اختیار مصرف‌کنندگان قرار خواهند داد.

بخش اعظم وانیل طبیعی درجه‌یک جهان در ماداگاسکار بعمل می‌آید؛ این وانیل قیمتش گران است و عرضه‌اش اندک. وانیل مصنوعی ارزان‌قیمت، تنها مشتمل بر یک جزء از ۱۵۰ جزء تشکیل‌دهندهٔ وانیل طبیعی است. اما وانیل جدیدی که در آزمایشگاه تولید خواهد شد از نظر ترکیبی به غنای وانیل طبیعی خواهد بود ولی به قیمتی بمراتب ارزان‌تر.

نوع جدیدی از سرمایه‌گذاری بذری

بذرها و کودهای مقاوم در برابر آفات و سرمازدگی اکنون یا در معرض فروش است یا بزودی به بازار عرضه خواهد شد. این نوع از بذرها و کودها محصول مزرعه را تا ۲۰ درصد و حتی بیشتر افزایش خواهند داد.

مهندسی ژنتیک می‌تواند بذرها را چنان قوی کند که:

* نباتات و غلات حاصل از آنها در برابر آفات و بیماریهای ویروسی مقاوم باشند.
* ارزش غذایی بیشتری داشته باشند.
* و حتی در مناطق کویری و زمینهای آلوده نیز امکان رشد داشته باشند.

مهندسی ژنتیک می‌تواند بر آن دسته از آفات نباتی که هنوز علاج‌ناپذیر است نیز غلبه کند.

در منطقهٔ کشت ذرت امریکا در حال حاضر هیچگونه داروی شیمیایی برای مقابله با حداقل سی آفت حشره‌ای و پنجاه آفت نباتی وجود ندارد. در سال ۱۹۸۹ کشت آزمایشی بذرهای یونجه‌ای در حال انجام بود که اثر اعمال مهندسی ژنتیک در عین حالی که پروتئین بیشتری دارد به کود کمتری نیازمند است و رشد آن نیز سریع‌تر است. یونجه بخش اعظم علوفهٔ گاوهای امریکا را تأمین می‌کند و چهارمین محصول عمدهٔ کشور است.

در دانشگاه کالیفرنیا در دیویس، زیست‌شناسان مشغول تلقیح ژنهای متفرقه‌ای به داخل بذر گردو و سیب و پرتقال و دیگر میوه‌ها هستند تا بتوانند درختان این میوه‌ها را در برابر آفات مقاوم سازند.

این زیست‌شناسان امیدوارند در سالهای آینده بتوانند با تلقیح ژنهایی درختان گردو را از آفات عمده حفظ کنند، آفاتی که سالانه ده تا بیست میلیون دلار به این زراعت صدمه وارد می‌کنند. در طول دههٔ آینده دانشمندان کار بر روی سیب و پرتقال و هلو و آلبالو را هم شروع خواهند کرد.

کشاورزان به جای آنکه قسمت عمدهٔ پولشان را صرف خرید کود و سموم دفع آفات نباتی بکنند، آن را صرف خرید بذرهای از نظر

ژنتیکی تحول‌یافته‌ای می‌کنند که در واقع نیازی به کود و سموم ندارند. رابرت فلمینگ، یک شرکت اوراق بهادار انگلیسی تخمین می‌زند که مهندسی ژنتیک ظرف چند سال آینده کار خرید و فروش بذر را کاسبی پررونقی خواهد کرد. شرکتهای شیمیایی بزرگی همچون آی‌سی آی انگلستان، گروه شِل انگلیس و هلند، مونسانتو امریکا، ساندوز سویس و رون‌پولِن فرانسه، با احتمال همین تغییر عمده است که در دهۀ گذشته بیش از ده میلیارد دلار صرف خرید سهام شرکتهای تولیدکنندۀ بذر کرده‌اند. بالاخره انسان قادر خواهد شد ویژگیهای مطلوب جانوران را به گیاهان نیز منتقل کند. مثلاً شاید بتوان ژنی از یک باکتری حشره‌کش را در گیاه تنباکو وارد کرد و آن وقت است که حشرات از آن حذر خواهند کرد.

پژوهشگران بیوتکنولوژی خیلی زود دریافتند که اگر دستور-العملهای ژنتیکی برای ساخت یک پروتئین مطلوب را به درون DNA یک سلول زنده وارد کنند، آن سلول نه‌تنها همان پروتئین را تولید خواهد کرد بلکه آن را به نسلهای بعدی نیز منتقل خواهد کرد. برای تولید تنباکوی فراری‌دهندۀ حشرات، لازم است ژن مناسب صرفاً به گیاه مادر تلقیح شود چون با همان یک بار تلقیح، ویژگیها به نسلهای بعدی نیز منتقل خواهد شد.

تکنولوژی زیستی از هم‌اکنون اثر خود را بر کشاورزی بجا گذاشته است

در طول نیم قرن گذشته محصول کشاورزی امریکا سالانه یک تا دو درصد افزایش داشته است. دکتر دیوید پیسلی از دانشگاه ایلینویز افزایش محصول را از سال ۱۹۳۰ تا سال ۱۹۸۰ بررسی کرده و بدین نتیجه رسیده است که هفتاد درصد این افزایش مدیون بهبود کیفیت ژنتیکی حاصل از پرورش بذر اصلاح‌شده است.

کاری را که کشاورزان و گیاه‌شناسان با استفاده از شیوه‌های سنتی اصلاح بذر، دهها سال وقت صرف انجامش می‌کردند، امروزه می‌توان با استفاده از شیوه‌های مهندسی ژنتیک ظرف چند ماه یا چند سال عملی کرد. اصلاحاتی که سابقاً امکان‌پذیر نمی‌نمود و یا به صورت محدودی امکان‌پذیر بود ـمثل کنترل به بار نشستن گیاهان و کاهش احتمال فاسد شدن محصول قبل از زمان برداشتـ مرکز توجه تحقیقات و مطالعات آزمایشگاهی خواهد شد.

در سپتامبر سال ۱۹۸۸، شرکت اِپیتوپ ـکه یک کمپانی کوچک بیوتکنولوژی در بیورتون اورِگون استـ موافقتنامه‌ای تحقیقاتی با شرکت بذر ساکاتای ژاپنی به امضا رساند تا ببینند آیا می‌توان با استفاده از مهندسی ژنتیک به شیوه‌ای برای حفاظت و نگهداری سبزیجات و میوه‌ها و گلها تا زمان رسیدن و چیدنشان دست یافت. ساکاتا هشتاد درصد از بازار بذر گل کلم جهان را در دست دارد.

ریچارد باک، معاون اول گروه علمی-زیستی سوترو و شرکا[٤] در لوس‌آنجلس می‌گوید: «هر وقت توانستید به بار نشستن نباتات را تحت کنترل درآورید و هر وقت توانستید به میل خود محصول را بچینید و به بازار عرضه کنید، آن وقت واقعاً موفق شده‌اید. بحث بر سر این توانایی بالقوه است که بتوان توت‌فرنگی را در سرمای ژانویه، یا گوجه‌فرنگی را دو هفته قبل از فصلش به بازار عرضه کرد.»[٦]

مهندسی ژنتیک شاید اوج تکنولوژی پیشرفته باشد، ولی باید در نظر داشته باشیم که بشر از این هم فراتر می‌رود، زیرا با هر اکتشاف تازه‌ای، دخل و تصرف در ژنها آسان‌تر می‌شود.

تام سنت جان ـبیولوژیست مولکول‌شناس در مرکز تحقیقات سرطان فرد هاچینسون در سیاتلـ می‌گوید: «کارهایی که ما اکنون انجام می‌دهیم، پنج سال دیگر بدیهی و ساده به نظر خواهد رسید. هر یک از شماره‌های اخیر مجلهٔ ساینس (دانش) را که بردارید و ورق بزنید آن را پر از آگهیها و تبلیغهائی خواهید دید برای تکنیکهای تازهٔ بیوتکنولوژی. تکنیکهایی

که به بازار آمده و برای فروش عرضه شده است... آنچه این ماه صرفاً طرح دشواری به نظر می‌رسد، ماه بعد به صورتی تحقق‌یافته در دسترس همگان قرار خواهد گرفت.»[۷]

معاون اول شرکت مونسانتو و سرپرست دانشمندان این شرکت یعنی هوارد اشنایدرمن ـ یکی از پیشگامان در زمینهٔ بیوتکنولوژی ـ می‌گوید: «خیلی راحت می‌توان کلاس دبیرستانی در اوایل یا اواسط دههٔ ۱۹۹۰ را مجسم کرد که دانش‌آموزانش با استفاده از بیوتکنولوژی مشغول تولید انسولین باشند، بخصوص اگر مؤسسهٔ ژنتیک به چندتائی از آزمایشگاههای مدارس کمکهائی برساند.»

جانوران

در ژانویهٔ سال ۱۹۸۸ در مزرعه‌ای در ویلاک تگزاس، هفت گوسالهٔ اصیل کاملاً شبیه هم از جنینهای ساخت بشر متولد شدند.

می‌توان جنینهای مصنوعاً پرورش‌یافتهٔ کاملاً هم‌شکل گاوهای نر اصیل را در رمه‌ها گاو معمولی تلقیح کرد. رمه‌داران در آینده قادر خواهند بود از یک جنین واحد، شمار بسیاری گاو و خوک و گوسفند کاملاً یکسان با ویژگیهای مشخص و استانداردهای ممتازی که تاکنون امکان‌پذیر نبوده است، تولید کنند.

دکتر استین ام. ویلادسن، فیزیولوژیست دانمارکی در دانشگاه کالگاری که خود تکنولوژی تولیدمثل از طریقی جز مقاربت جنسی را توسعه داده است، می‌گوید: «از نظر تئوری می‌توان با استفاده از این روش، هزاران حیوان متحدالشکل تولید کرد.»[۸]

این گوساله‌های تگزاسی، هم نمایانگر پیشرفت تکنولوژی‌اند و هم طلیعهٔ تحولاتی انقلابی در صنعت سی میلیارد دلاری گوشت گوساله و کسب و کار ۱۸ میلیارد دلاری لبنیات. همکاری همزمان مهندسی ژنتیک و «مادرجانشین» و لقاح مصنوعی، می‌تواند بر سرعت موالید کاملاً

بیفزاید. مهندس ژنتیک می‌تواند با قرار دادن ژنهای جدیدی در داخل سلول، اطمینان داشته باشد که می‌توان جنین حاصل را به رحم مادر جانشین منتقل کرد و به مرحلهٔ تولّد رساند. اگر نتیجهٔ حاصله باعث اصلاح و بهبود نژادی شود که بتوان آن را از طریق جنس نر انتقال داد، آن وقت با لقاح مصنوعی می‌توان این کار را عملی کرد و مثلاً یک گاو نر اصیل مرغوب می‌تواند از طریق لقاح مصنوعی سالانه صدهزار گاو ماده را بارور کند. هم‌اکنون تنها در ایالات متحد سالانه ۱۵۰ هزار عمل تلقیح جنین در گاوهای ماده انجام می‌شود.

تولید شیر بیشتر از تعداد گاو کمتری

تزریق هورمون تکثیرشده‌ای که در گاوها یافته می‌شود به گاوهای شیرده تولید شیرشان را روزانه ۳۰ تا ۴۰ درصد افزایش می‌دهد. اسم این هورمون بی‌اس‌تی است و تأثیر آن بر مزارع و مزرعه‌داران بسیار چشمگیر خواهد بود. بی‌اس‌تی می‌تواند تولید شیر هر گاو را سالانه ۵۲۲ پوند افزایش دهد. تا سال ۲۰۰۰ استفاده از بی‌اس‌تی باعث خواهد شد از تعداد گاوهایی که برای تأمین شیر در ایالات متحد مورد نیاز است بطرز چشمگیری کاسته شود و از ۱۰/۸ میلیون به ۷/۵ میلیون برسد؛ شمار مراکز تولید شیر و لبنیات را هم می‌توان به نیم تقلیل داد. انتظار می‌رود که وزارت کشاورزی و مواد غذایی ایالات متحد استفاده از بی‌اس‌تی را در سال ۱۹۹۰ مجاز اعلام کند.

گاودارانی که این کار شغل خانوادگی‌شان است بشدت با بی‌اس‌تی به مخالفت برخاسته‌اند و سعی دارند تا مجالس ایالتی امریکا و کانادا را وادار به تحریم بی‌اس‌تی کنند. اعتراض آنان به استفاده از بی‌اس‌تی، نه به دلیل ناسلامتی و زیان‌بخشی این نوع شیرهاست، بلکه نگران لطمه‌ای هستند که ممکن است به شهرت و اعتبارشان وارد شود! اما علت اصلی اعتراض آنان مسائل اقتصادی است: آنها می‌گویند استفاده از بی‌اس‌تی، باعث

افزایش تولید شیر و درنتیجه کاهش قیمت آن خواهد شد. سه ایالت کانادا، استعمال و فروش بی‌اس‌تی را ممنوع کرده‌اند. هلند در سال ۱۹۸۸ از انجام تحقیقات روی بی‌اس‌تی جلوگیری بعمل آورد. سوئد پیش از هلند این کار را کرده بود و پارلمان اروپا هم در سال ۱۹۸۸ توصیه کرد که شیر و گوشت حاصل از حیواناتی که دارو بدانها تزریق شده برای خوراک انسان و یا حیوانات دیگر مناسب نیست.

پنج سوپرمارکت زنجیره‌ای بزرگ امریکا، از جمله سِیف‌وی و کروگر در اوت سال ۱۹۸۹ اعلام کردند که شیر حاوی بی‌اس‌تی در فروشگاههایشان عرضه نخواهند کرد. در سپتامبر سال ۱۹۸۹ کمیسیون اروپا خواستار شد تا استفاده از بی‌اس‌تی در کشورهای عضو جامعهٔ اروپا پانزده ماه به تعویق افتد.

هم‌اکنون چهار شرکت امریکایی مشغول تولید بی‌اس‌تی هستند: مونسانتو، امریکن سیانامید، اِلی لیلی و آپ‌جان این شرکتها معتقدند هنگامی که این دارو در سال ۱۹۹۰ مورد استفادهٔ دامداران قرار گیرد، تنها در ایالات متحد سالانه بیش از پانصد میلیون دلار فروش خواهند داشت.

ظاهراً مسئلهٔ بی‌اس‌تی جلوه‌ای از همان کشاکش اقتصادی معهود بین تجارت خرد و کلان است. درین بین هستند مصرف‌کنندگانی که در مورد مصرف شیر گاوهای بی‌اس‌تی‌دار، گرفتار تردیدند.

کارخانه‌های جدید داروسازی

در سال ۱۹۸۷، دانشمندان امریکایی و انگلیسی به شیوه‌ای برای وارد کردن ژنهای انسانی به غدد شیری گوسفند و درنتیجه تولید یک مادهٔ شیمیایی انعقاد خون به نام فاکتور ۹ دست یافتند. گوسفندی که مورد تزریق این ژنها واقع شده، شیری حاوی فاکتور ۹ تولید می‌کند که می‌توان این فاکتور را از شیر استخراج کرد و به عنوان دارویی برای

بیماری هموفیلی به فروش رساند. رورر شرکت داروسازی امریکایی که در این زمینه فعالیت دارد، همچنین مشغول تکمیل پروژه‌ای است که بر اساس آن، گاوها شیر حاوی آلبومن انسانی ـ که در جراحی مورد استفاده دارد ـ تولید کنند.

حیوانهای شیرده می‌توانند به عنوان یک کارخانهٔ داروسازی عمل کنند. TPA ماده‌ای که لخته‌های خون را حل می‌کند و بسیاری از بیماران را از سکتهٔ قلبی نجات داده است در شیر نوعی موش تولید شده است. کاترین گوردون، رهبر پژوهشگران در اینتِگریتد جِنِتیکس می‌گوید از سال ۱۹۹۰ بزها هم می‌توانند در شیرشان TPA تولید کنند. او می‌گوید یک گلهٔ متشکل از صد تا دویست بز می‌تواند TPA سالانهٔ کل ایالات متحد را تأمین کند، و تنها سیصد بز برای تأمین TPA مصرفی کل جهان کافی است.[۹]

حیوانات محصولات بیولوژیکی ارزشمندی برای انسان تولید خواهند کرد، درست مثل کارخانه‌ها. البته برخی افراد این را کار درستی نمی‌دانند ولی همین کار جانهای بسیاری را نجات خواهد داد.

گاوهای مادهٔ اهلی، مادرهای جانشین برای تولید گاوهای نر وحشی

دانشمندان و گله‌داران در وایومینگ به دنبال راهی هستند تا از گاو اهلی به عنوان مادر جانشین برای تولید گاو نر وحشی استفاده کنند، چون گاو نر وحشی منبع گوشت کم‌کلسترول است. آنها امیدوارند بتوانند با کاشتن جنین بارور گاو نر وحشی در رحم ماده‌گاو اهلی تعداد زیادی از این نوع گاوها تولید کنند و شیرشان بدهند تا به سن کشتار برسند. با کمک محققان دانشگاه وایومینگ، گله‌داران ماده‌گاوهای وحشی را که بدانها هورمون باروری تزریق شده از طریق تلقیح مصنوعی بارور می‌کنند و سپس جنینهای بارورشده را درون رحم ماده‌گاو اهلی می‌کارند؛ و بدین ترتیب ماده‌گاو وحشی به جای آنکه

دورهٔ کامل بارداری را طی کند، جنینهای بیشتری تولید خواهد کرد.
با استفاده از بیوتکنولوژی می‌توان گونه‌های مخصوص و نایاب را به تولید انبوه رساند و بقای گونه‌های رو به نابودی را تضمین کرد. کشاورزان با استفاده از عمل انتقال جنین می‌توانند گوشت گوسالهٔ «شاروله» که استیک آن بمراتب لذیذتر است تولید کنند، یا گوسفند آنقره که پشمش نرمتر از دیگر انواع گوسفند است. باغ‌وحش سین‌سیناتی موفق به تولید نوعی بز کوهی نادر به اسم بونگو که اصلاً مخصوص افریقای مرکزی است شده و این کار را از طریق انتقال جنین بونگو به رحم بز کوهی معمولی انجام داده است. بیوتکنولوژی به همین ترتیب می‌تواند گونه‌های جانوری به خطر افتاده در سراسر جهان را از انقراض نجات بخشد.
محققان در بسیاری از دانشگاههای امریکایی، از جمله جانز هاپکینز، پردیُو، دانشگاههای ایالتی اورگون و واشینگتن و لویزیانا و دانشگاه مینه‌سوتا درصدد یافتن راههایی برای سرعت بخشیدن به رشد ماهی از طریق دستکاریهای ژنتیکی هستند.

ماهی قنات

در ماه مهٔ سال ۱۹۸۸ نوعی ماهی قنات که از نظر ژنتیکی تغییراتی یافته بود برای اولین بار در انستیتو چساپیک‌بی در شِیدی‌ساید مری‌لند تولید شد. این نوع ماهی ویژگی منحصر به فردی داشت و آن اینکه رشدش بیست درصد سریع‌تر از ماهی معمولی بود. با جدا کردن و تکثیر یک ژن واحد از «قزل‌آلای قوس‌قزح» دانشمندان هومورنی تولید کرده‌اند که به هنگام تلقیح به درون تخمهای ماهی رودخانه‌ای انقلابی در زمینهٔ سرعت رشد ماهیها بوجود می‌آورد.
سالها قبل محققان چینی نشان داده بودند که چگونه ژنهایی از دیگر

حیوانات می‌تواند ویژگیهای ذاتی ماهی را تغییر دهد. آنها ژن تولیدکنندهٔ هورمون رشد انسانی را به ماهیهای طلایی که شبیه ماهیهای رودخانه است و منبع غذایی مهمی در آسیا محسوب می‌شود تلقیح کردند و دیدند چگونه این ماهیها تا چهاربرابر سریع‌تر از معمول رشد می‌کنند.

تکنولوژی پیوند ژن در صنعت پرورش ماهی کاملاً کاربرد دارد. ماهی سبیلی (اسبله) به جای هجده ماه، دوازده‌ماهه تولید می‌شود. امریکاییها سالانه ۶ میلیارد دلار صرف ماهیهای وارداتی چون اردک‌ماهی و ماهی خاردار می‌کنند، ولی تکنولوژی زیستی کار پرورش و تولید این نوع ماهیها را در داخل کشور آسان‌تر می‌سازد.

پیوند ژن

«پیوند ژن» یعنی وارد کردن ژنهایی از یک‌گونه به گونه‌ای دیگر. روزبروز بر تعداد افرادی که از عواقب این کار ابراز نگرانی می‌کنند افزوده می‌شود، بخصوص افرادی که از مظاهر «رشد»ی مثل موش برتر و «گیپ»* وحشت دارند.

دکتر ریچارد پالمایتر، دکتر رالف برینستر و همکارانش در دانشگاه واشینگتن و پنسیلوانیا، هنگامی که ژنهایی از هورمون رشد موش صحرایی را به تخمهای بارورشدهٔ موش خانگی تزریق کردند، پیشگامان پیوند ژنها شدند. محصول این پیوند که خیلی بزرگتر از اندازهٔ طبیعی بود به نام موش برتر معروف شد. «گیپ» مخلوق بمراتب عجیب‌تر دیگری است که موجودیتش را مدیون یک بز و یک گوسفند است و ابتکار دانشمندان کمبریج انگلستان. این موجود که در سال ۱۹۸۳ خلق شد

* «گیپ» از ترکیب «گ» اول goat به معنای بز و «یپ» جزء دوم کلمهٔ sheep به معنای گوسفند درست شده است (بوسفند).—م.

شاخهایی شبیه بز و پوستی شبیه گوسفند دارد و مثل قاطر عقیم است.

پس از تولد موش برتر و گیپ، صدها ژن مختلف به موشها و خرگوشها و خوکها و گوسفندها تلقیح شده است. بیشتر این جانوران شکل و شمایلی شبیه جانوران معمولی دارند و رفتارشان هم شبیه آنهاست، تنها وجه تمایزشان ویژگیهای جدیدی است که از طریق ژن به آنها منتقل شده است. تکنیکهای پیوند ژن که کمتر از یک دهه از عمرش می‌گذرد بیش از هزار نوع موش تغییریافته از نظر ژنتیک و ۱۲ گونهٔ مختلف خوک با استفاده از پیوند ژن تولید کرده است.

در استرالیا، رابرت سیمارک و همکارانش در دانشگاه آدِلاید، مشغول پرورش هفتمین نسل خوکهایی هستند که بر اثر تزریق ژن با هورمون سریع‌الرشدی در حیوانات بوجود آمده‌اند. این خوکها ۳۰ درصد بیشتر از خوکهای معمولی علوفه را تبدیل به گوشت می‌کنند و هفت هفته هم زودتر از خوکهای معمولی به وزن مناسب برای عرضه به بازار می‌رسند. محققان استرالیایی انتظار دارند تا پنج سال دیگر، این نوع خوکها در اختیار کشاورزان و خوکداران قرار گیرد.

اولین مرغهای محصول لولهٔ آزمایش در سال ۱۹۸۸ در «انستیتوی فیزیولوژی و ژنتیک حیوانی» در ادینبورگ بدنیا آمدند. مارگارت پری، سرپرست پژوهشگران این انستیتو است. روش کار هم بدین ترتیب بود که ابتدا نطفه، رشدش را در داخل شیشه‌ای آغاز می‌کرد، سپس به داخل پوستهٔ تخم‌مرغ منتقل و در محفظه‌ای مخصوص گذاشته می‌شد تا در آنجا مراحل عادی رشد را طی کند. اکنون دانشمندان می‌توانند ژنهای جدید را مستقیماً و در مرحلهٔ تک‌سلولی تلقیح کنند، همچنانکه در مورد بسیاری از حیوانات دیگر نیز این کار را عملی کرده‌اند.

راستی چرا دانشمندان به این کارهای عجیب و غریب مبادرت می‌ورزند؟

لین کلاتز از مؤسسهٔ بیوتکنیکا اینترنشنال می‌گوید: «نظر ما نسبت به

ماهیت حیات ـو حد و مرز موجود بین گونه‌های مختلف ـ در حال تغییر است، شاید هم حاصل این تغییرات ابهامهای بیشتری باشد، ولی قدر مسلم اینکه مشکل می‌توان جهت این تغییرات را مشخص کرد. با امکان انتقال ژن از گونه‌ای به گونهٔ دیگر چه‌بسا نتایجی بمراتب فراتر از حد انتظارمان به‌دست آید. نمی‌خواهم بگویم مثلاً ممکن است انسانی با تنهٔ اسب، یا موجوداتی به شکل نیمه‌حیوان و نیمه‌انسان خلق کرد، اما می‌گویم فراموش نکنیم که در عمل انتقال ژنها بین گونه‌های مختلف احتمالات بسیاری وجود دارد.»[۱۰]

مهندسان ژنتیک علی‌رغم ترس و واهمهٔ مردم از نتایج ابتکاراتشان هنوز هم امکانات و حوزهٔ عملشان محدود است. مثلاً نمی‌توانند بیش از چند ژن را به یک حیوان منتقل کنند. گاو دهها هزار ژن دارد؛ علم نمی‌تواند گاو را به کانگورو تبدیل کند.

ولی تواناییهای علمی روزبروز گسترش خواهد یافت. تا چند دههٔ دیگر چه‌بسا تلقیح ژنهایی که دوران باروری و شکل و اندازه و رفتار حیوانی را تغییر می‌دهند امکان‌پذیر گردد ـمثلاً تغییر شیوهٔ مهاجرت در ماهی آزاد. همهٔ اینها در گرو زمان است و نه چیزی بیش از آن.

مهندس ژنتیک، برایان سید ـاستادیار «زیست‌شناسی مولکولی» در بیمارستان دولتی ماساچوست ـ می‌گوید: «نکند ده پانزده سال دیگر بچه‌های شیطان، گوسفندانی را که خودشان روی آنها عملیات مهندسی ژنتیک انجام داده‌اند در کلوبهای 4-H به نمایش بگذارند؟»[۱۱] بدون شک چنین خواهد شد.

در سلسله‌جبال راکی، مردم هم‌اکنون روی پودر برف ساخته شده از طریق ژنتیکی اسکی می‌کنند.

«اسنومَکس» یک پروتئین طبیعی نشاسته مانند است که می‌توان با استفاده از علم ژنتیک آن را به مقادیر معتنابهی تولید کرد. هنگامی که آب به این پروتئین برسد تبدیل می‌شود به انبوهی پودر خشک برف. تهیهٔ برف بدین صورت پیشرفت مهمی است نسبت به شیوهٔ قدیمی تهیهٔ

برف مصنوعی، زیرا برای تهیهٔ برف مصنوعی مقدار زیادی آب به‌هدر می‌رفت، حال آنکه در مورد اسنومکس چنین نیست؛ چیزی معادل ۶۵۰ دلار اسنومکس به اضافهٔ یک میلیون گالن آب، در سطحی معادل یک جریب برفی به ارتفاع پنج پا ایجاد می‌کند.

کمپانی «ایستمن کداک» حق تولید و بازاریابی اسنومکس را که توسط «علوم ژنتیک پیشرفته» در برکلی کالیفرنیا ساخته شده خریداری کرده و امیدوارست بتواند سالانه ده تن اسنومکس در یک تأسیسات سی میلیون دلاری در روچستر نیویورک تولید کند. این مقدار به اندازهٔ کافی برف برای پوشاندن چندین هزار جریب پیست اسکی تولید خواهد کرد.

انسان

مهندسی ژنتیک یکی از مهمترین تکنیکهای بیوتکنولوژی است زیرا کلیدی به دستمان می‌دهد تا با قفل گنجینهٔ دربستهٔ اسرار حیات وربرویم. ولی سؤال این است که آیا آمادگی لازم برای پذیرش چنین پیشرفتی را داریم یا خیر؟

ژنها عامل انتقال خصوصیات وراثتی‌اند. شبیه دستورالعملهای لازم برای مونتاژ کامپیوتر یا اتومبیل؛ لیستی از قطعات و دستورالعملها برای چگونگی نظم بخشیدن به طرز قرار گرفتن آنها وجود دارد. ولی ژنها حاوی پروتئین هستند نه مدار و محور، و دستورها به صورت رمز است، آن هم نه روی یک تکه کاغذ بلکه در درون مولکولهای DNA (دی‌اکسی ریبونوکلئیک اسید)، مولکولهایی که برای دریافت و ثبت فرامین گنجایشی کافی دارند. هر DNA در یک سلول ساده اگر رشته‌های دراز دوگانه‌اش گشوده شود می‌تواند درحدود ۶ تا ۷ پا طول داشته باشد.

طول رشتهٔ DNA موجود در بدن یک انسان می‌تواند هشت‌هزار ب

به کرهٔ ماه برود و برگردد.

پی بردن به رمز ژنتیک ـو فرمانهائی که برای ساختن و پروردن و بازسازی افراد صادر می‌کندـ شاید شایستهٔ عنوان بزرگترین دستاورد علمی قرن حاضر باشد. دکتر فیلیپ لِدِر از دانشکده پزشکی دانشگاه هاروارد می‌گوید: «علم ژنتیک در حکم موتور قدرتمندی است که محرک پیشرفتهای علمی در تمامی زمینه‌های زیست‌شناسی است.»[۱۲]

ژنوم یا مجموعهٔ ژنهای یک انسان شامل پنجاه تا صدهزار ژن است که همگی آنها در ۲۳ جفت کروموزوم ذخیره شده‌اند. برای یافتن یکی از این ژنها روی کروموزوم خودش به نقشه نیاز داریم. ولی هنوز همچو نقشه‌ای در اختیارمان نیست. نقشه‌های ناقص و خام موجود گرچه پر از خط‌خوردگی و آشفتگی است، ولی می‌توان امیدوار بود که درحال تکمیل و اصلاح است.

در سال ۱۹۷۷ محققان انستیتو کولبورِیتیوریسِرچ و دانشمندان انستیتو وایت‌هد در کمبریج انگلستان اولین نقشهٔ ناکامل و ابتدائی ژنوم انسانی را منتشر کردند. برای تهیهٔ این نقشهٔ ناقص ۱۱ میلیون دلار هزینه و پنج سال کار مصرف شده بود و تازه اطلاعات چندانی هم دربارهٔ ژنوم بدست نمی‌داد. به محض یافتن یک ژن می‌توان آن را کپی یا clone کرد. ژنهای کپی شده مملو از اطلاعات هستند. می‌توانند به دانشمندان بگویند که چگونه حاملان بیماریهای ژنتیکی را شناسائی کنند، چگونه معلولیتهای ناشی از اختلالات ژنتیکی را تشخیص دهند و حتی پیش‌بینی کنند که فرد در معرض ابتلا به چه مرضی قرار دارد.

تهیهٔ نقشه از ژنوم انسانی در اکتبر سال ۱۹۸۸ رونق تازه‌ای گرفت، یعنی زمانی که دکتر جیمز دی. واتسن که جایزهٔ نوبل سال ۱۹۶۲ را به دلیل کشف رمز DNA در سال ۱۹۵۳ از آن خود کرد، پذیرفت به سازماندهی پروژه‌ای با کمک مالی امریکا برای انجام این کار (تهیهٔ نقشه) کمک کند. نام دکتر واتسن اعتبار و ارزش زیادی به آنچه بزرگترین پروژهٔ پژوهشی زیست‌شناسی خواهد بود می‌بخشد. هدف پروژهٔ ژنوم،

شناسایی و تشخیص ساختار شیمیایی تمام ژنهای انسانی است. این برنامهٔ معظم حدود پانزده سال وقت و میلیاردها دلار هزینه خواهد برد. دکتر واتسن خواستار اختصاص ۳ درصد بودجهٔ پروژه به بررسی مسائل اخلاقی همچو پروژه‌ای شده است.

ظهور مجدد بهنژادی؟

بالاخره این امکان وجود خواهد داشت که تمامی ژنهای خصوصیات وراثتی را تشخیص داد و متمایز کرد و این کاری است که موجب بیم و هراس بسیاری گشته است.

والدین قادر خواهند بود ترتیبی بدهند که اختلالات ژنتیکی احتمالی جنین فرزندشان اصلاح شود. از نقطه‌نظر تئوری، والدین می‌توانند اطمینان حاصل کنند که در صورت تمایل می‌توانند صاحب فرزندانی باشند با ۱۸۰ سانتیمتر قد و چشمهای میشی (و این خصوصیات حتی به نوه‌هاشان نیز منتقل شود).

در نظر بسیاری از ما حتی فکر کردن به همچو مسئله‌ای نیز برنامهٔ به‌نژادی هیتلر را تداعی می‌کند. در آن صورت آینده‌ای که دارث ویدِر* پیش‌بینی کرده و افراد چندانی نیز بدان علاقه‌مند نیستند، در پیش رویمان خواهد بود.

ولی بیوتکنولوژی جنبه‌های مثبتی نیز دارد؛ با از راه رسیدن اولین دهٔ قرن جدید، افراد بالغ و کودکان مرتباً تحت آزمایشهایی قرار می‌گیرند تا وجود هرگونه ژنی که آنها را برای ابتلا به بیماریهای کشنده‌ای مثل سرطان مستعد می‌سازد در آنها تشخیص داده شود. برای جلوگیری و درمان تعداد بیشمار دیگری از بیماریها، ژنهای بیماری‌زا با ژنهای طبیعی عوض خواهند شد.

* شخصیت شرور فیلم جنگ ستارگان.ـم.

دانشمندان بسیاری از ابزارهای مورد لزوم برای همچو کاری را در اختیار دارند. آنها حتی هم‌اکنون نیز قادر به تشخیص ژنهای بیماری‌زا هستند و می‌توانند از DNA ی یک جنین چندهفته‌ای دریابند که آیا جنین به کم‌خونی سلولهای قرمز داسی‌شکل، یا تالاسمی (کم‌خونی مدیترانه‌ای) و یا دیگر اختلالات مبتلاست.

بیوتکنولوژی به حل اسرار اختلالات مولتی‌ژنی مثل حملات قلبی هم کمک می‌کند؛ در مورد حملات قلبی، ژنها در ترکیب با محیط زیست و شیوهٔ زندگی، بیماری را به دنبال می‌آورند. حدود دوازده اختلال ژنتیکی مرتبط با اختلالات روانی و سرطانی هم‌اکنون یافت شده است؛ شمار بسیار دیگری نیز به این لیست افزوده خواهد شد.

پروبهای ژن ـ بخشهای کوتاهی از یک‌رشته DNA که به محققان در تعیین بیماریهای مختلف کمک می‌کندـ بخش عمدهٔ تحقیق را به خود اختصاص خواهد داد. حدود هفت پروب (نمونهٔ آزمایشگاهی) ژنی برای کیتهای تشخیص توسط ادارهٔ دارو و مواد غذایی امریکا از سال ۱۹۸۵ به تأیید رسیده که از آن‌جمله است پروبهایی برای تعیین ویروس تبخال (تبخال صورت و اندام تناسلی) و لژیونلا. اخیراً بیست کمپانی مشغول طراحی پروبهایی برای تشخیص امکان ابتلا به بیماری قلبی یا دیگر بیماریهای ژنتیکی هستند. کارشناسان ژنتیک در دانشگاه ایندیانا در جستجوی نشانه‌های برخی امراض ارثی نظیر داءالرقص ارثی، (هانتینگتون) دست به گردآوری شجره‌نامه‌های ژنتیکی فامیل زده‌اند.

کولبوریتیو ریسرچ در بدفورد ماساچوست که مشاور علمی اصلی آن دیوید بالتیمور برندهٔ جایزهٔ نوبل است، در زمرهٔ اولین کمپانیهای بیوتکنولوژی بود که به اهمیت پروبهای ژنی پی برد. این کمپانی که از سال ۱۹۸۴ بیش از ۱۱ میلیون دلار در زمینهٔ پروبها سرمایه‌گذاری کرده است، تستهای DNA برای فیبروز کیستی، کنترل پیوند مغز استخوان، تستهای تشخیص لنفوم (سرطان غدد لنفاوی)، و نوعی سرطان گلبولهای سفید و تستهای DNA برای تعیین پدر واقعی نوزاد، فراهم کرده است.

اکنون این کمپانی به دنبال یافتن نشانه‌های اختلالات مرتبط با نقائص موجود در ژنهای منفرد است، از جمله کلیهٔ پلی‌کیستیک (کلیه با کیستهای مادرزادی متعدد) بالغین و دیستروفی عضلانی دوشِن (یک بیماری عضلانی مرگبار).

عصر جدید واکسنها

تا دههٔ اول قرن آینده، بیوتکنولوژی راه رسیدن به عصر جدیدی در زمینهٔ مراقبتهای بهداشتی را هموار خواهد کرد. از طریق مهندسی ژنتیک ممکن است بتوان صرفاً با تزریق واکسنی در بازو، در برابر ابتلا به بسیاری از بیماریها مصونیت کامل پیدا کرد.

دکتر کِنِت وارن یکی از اعضاء بنیاد راکفلر می‌گوید: «مهندسی ژنتیک به خلق عصر جدیدی از واکسنها رهنمون خواهد گردید و خواه‌ناخواه در بیست سال آینده تولید واکسنهایی از طریق بیوتکنولوژی برای بسیاری از عفونتها و انگلهای مرگبار میسر خواهد شد.»[۱۳] حتی هم‌اکنون نیز به مدد تکنولوژی زیستی واکسنهایی برای مصونیت بخشیدن در مقابل هپاتیت نوع ب (یرقان ویروسی) تولید شده است و آزمایشهایی نیز برای تولید اولین واکسن مالاریا بطور مصنوعی و در شرایط آزمایشگاهی در دست انجام است.

در سال ۱۹۸۰ اولین مجوز به ثبت‌رسیده در زمینهٔ بیوتکنولوژی به دکتر آناندا چاکرابارتی پژوهشگری در جنرال‌الکتریک اعطا شد. دکتر چاکرابارتی از طریق دانش مهندسی ژنتیک موفق شده بود که ظرفیت شکستن نفت خام توسط نوعی میکروب را افزایش دهد. ادارهٔ ثبت اختراعات و علائم تجاری امریکا با اعطای این امتیاز ثبت، برای اولین بار موضوعی بحث‌برانگیز را مطرح کرد و آن اینکه: حیات را نیز می‌توان به ثبت رساند. از سال ۱۹۸۵ گیاههایی که با بکارگیری ژنتیک تغییر کرده بودند تحت حمایت قرار گرفتند.

روز سیزدهم آوریل، ادارهٔ ثبت اختراعات و علائم تجاری، شمارهٔ ثبت‌شدهٔ ۴٬۷۳۶٬۸۶۶ را به نام دانشگاه هاروارد ثبت کرد و آن هم به دلیل خلق موشی از طریق دستکاریهای ژنتیکی و این اولین مورد ثبت امتیاز برای خلق شکل برتری از حیات بود.

دکتر فیلیپ لِدِر، متخصص ژنتیک و دکتر تیموتی ا. استوارت، دانشمندی بلندمرتبه در شرکت جینتِک، موفق شدند ژنی را که در انسان و دیگر پستانداران تولید سرطان می‌کند، جدا کنند و آن را به درون تخمهای بارور موش تزریق کنند. اکنون این موشهای جدید برای آزمایش و تجربه به آزمایشگاههای سراسر کشور فرستاده می‌شوند.

مشکل بزرگی که ادارهٔ ثبت امتیاز امریکا با آن روبروست عدم شناخت دولت است از بیوتکنولوژی و همین مسئله سبب شده است تا بررسیها و امکان اعطای امتیاز توسط این سازمان با تأخیر همراه باشد و در آستانهٔ دهۀ ۱۹۹۰ حدود هشت‌هزار تقاضای امتیاز بیوتکنولوژی در نوبت بررسی قرار دارد. صد کارشناسی که در این سازمان تقاضاهای اعطای امتیاز ثبت را بررسی می‌کنند از تجربهٔ کافی برخوردار نیستند و گاه دو سال و نیم تا چهار سال طول می‌کشد تا درخواستی مراحل لازم را طی کند. و گاه این زمان طولانی می‌تواند سبب از دور خارج شدن متقاضیان تازه‌کار و نوپا باشد. در اواسط سال ۱۹۸۹، ادارهٔ ثبت امتیاز امریکا «برنامهٔ ۱۳ ماده‌ای برای تسریع در امر رسیدگی به درخواستهای اعطای امتیاز بیوتکنولوژی» را به مرحلهٔ اجرا گذاشت و همه برای توفیق آن دست به دعا برداشتند.

بازرگانی و بیوتکنولوژی

توسعه و تجاری شدن بیوتکنولوژی را با تاریخ توسعه و گسترش کامپیوتر مقایسه کرده‌اند (اگرچه این مقایسه‌ای بسیار ساده‌نگرانه است چون کامپیوترها برخلاف بیوتکنولوژی، در امر حیات دخالتی ندارند).

لین کلانز از اعضاء سابق «بیوشیمی بین‌المللی» مؤسسه‌ای برای تحقیقات DNA در کمبریج ماساچوست می‌گوید: «نقاط شباهتی بین صنعت میکروپروسسور و بیوتکنولوژی وجود دارد.»[۱۴]

اِورت راجرز، جامعه‌شناس و پروفسور دانشگاه کالیفرنیای جنوبی که کتاب *انتشار نوآوریها* (Diffusion of Innovations) برایش شهرتی به‌دست آورده است می‌گوید: «کلاً صنعت بیوتکنولوژی بی‌شباهت به وضعیت سال ۱۹۷۵ صنعت کامپیوتر نیست، چرا که هم‌اکنون در این زمینه (صنعت بیوتکنولوژی) نکات مبهم بسیار است. نوآوریها و ابتکارات بسیاری در این زمینه وجود دارد ولی حتی یک تولید مصرفی اساسی هم به بازار ارائه نشده است.»[۱۵]

مجلهٔ *اکونومیست*، جایگاه کنونی بشر در مهندسی ژنتیک را با جایگاه بشر در صنعت اتومبیلسازی در سال ۱۹۰۰ و کامپیوتر درحدود سال ۱۹۶۰ مقایسه می‌کند، یعنی مرحله‌ای که «آسان‌ترین راه» تصور آن بود که چنین نظرات تخیلی-علمی گونه‌ای، هرگز جای اسب و یا جوشکار خط مونتاژ را نخواهد گرفت»» و می‌افزاید: «ولی تغییرات در شرف ظهور بودند و می‌رفتند که بزودی تحولاتی در زندگیمان ایجاد کنند.»[۱۶] از نقطه‌نظر تجاری، می‌توان بیوتکنولوژی را با اتومبیل و کامپیوتر مقایسه کرد. ولی در راستای چنین مقایسه‌ای ریسکهایی نیز وجود دارد، از آن‌جمله، حقیر شمردن پی‌آمدهای اخلاقی و عظیم «حیات یا مرگ» بیوتکنولوژی.

شانزدهمین کنگرهٔ بین‌المللی ژنتیک که در سال ۱۹۸۸ در تورنتو برگذار شد بزرگترین کنگره از این نوع بود و بیش از چهارهزار دانشمند از هشتاد کشور جهان در آن شرکت کردند یعنی شمار افراد شرکت‌کننده و تعداد کشورهای دارای نماینده نسبت به سه دهۀ پیش به ترتیب دو و چهاربرابر شده بود.

دکتر رابرت هِینس از دانشگاه یورک تورنتو و رئیس کنگره در جلسۀ افتتاحیه گفت «امروزه می‌توان ژنها را در لوله آزمایش شناسایی،

توزین، اندازه‌گیری، شمارش، دستکاری، تکثیر و دیگرگون ساخت و نتیجه را از سلولی به سلول دیگر و حتی از گونه‌ای به گونهٔ دیگر منتقل کرد.»[۱۷]

هزینهٔ بیوتکنولوژی و پژوهشهای بیوتکنولوژی

در طول حدود یک دهه‌ای که از زمان کشف چگونگی تزریق ژنهای خارجی به درون باکتری توسط دانشمندان می‌گذرد، سرمایه‌گذاران بیش از سه میلیارد دلار به بیوتکنولوژی تزریق کرده‌اند. بیش از ۶۰۰ کمپانی بیوتکنولوژی که تقریباً تماماً در ایالات متحد واقع هستند، تأسیس شده‌اند. کمتر از ۱۰ تا از این کمپانیها به دلایلی مثل ادغام یا تحویل شرکتی دیگر شدن، ورشکست و یا منحل شده‌اند، گرچه تقریباً تمامی این کمپانیها دائماً ضرر کرده‌اند. ولی از برکت ایمان و اعتقاد زوال‌ناپذیر سرمایه‌گذاران سرسخت و مصرّ، کمپانیهای بیوتکنولوژی پایدار مانده‌اند.

هزینهٔ تحقیقات، سرسام‌آور است. حدود ده سال وقت و قریب صد میلیون دلار هزینه لازم است تا داروی جدیدی وارد بازار شود و تازه اگر به این قیمت تمام شود، ارزان است. کمپانی جینتِک کالیفرنیا که توانسته بود با صرف حدود ۴۰۰ میلیون دلار تنها دو محصول را وارد بازار کند، موفق‌ترین کمپانی بیوتکنولوژی بشمار آمد (گرچه در سال ۱۹۸۸ با مختصر رکودی مواجه شد). هنوز هم علاقه به سرمایه‌گذاری در کمپانیهای بیوتکنولوژی زیاد است زیرا که اگر این کمپانیها بتوانند محصول پرفروشی ارائه دهند، دیگر نانشان توی روغن است. در سال ۱۹۸۸، درآمد حاصل از هر یک از داروهای آلفا اینترفرون که برای درمان لوسمی (سرطان خون) بکار می‌رفت و یک نوع هورمون رشد انسانی و انسولین انسانی و TPA (داروی ضدانعقاد خون) تنها در ایالات متحد سالانه صد میلیون دلار و حتی بیشتر بود.

کمپانیهای چندملیتی دارویی و شیمیایی نیز از جمله بازیگران اصلی در زمینهٔ بیوتکنولوژی هستند و درگیر شدن آنان در امر بیوتکنولوژی از آنجایی که محصولات این صنعت عمدتاً داروها و مواد شیمیایی مورد استفاده در مزارع هستند، اجتناب‌ناپذیر می‌نمود.

شاخه‌های تحقیقاتی یک شرکت دارویی به نام مونسانتو و شرینگ-پلاف در اصل کمپانیهای بیوتکنولوژیکی هستند. شرکت «ایستمن کداک» از طریق خرید شرکت دارویی استرلینگ دراگ پیوندهایش را با کمپانیهای بیوتکنولوژی و دانشگاهها مستحکم‌تر کرد. کداک، به همراه یونیون کارباید و کورنینگ به تأسیس یک انستیتو بیوتکنولوژی ۷/۵ میلیون دلاری در دانشگاه کورنل کمک کرد.

دو شرکت معظم دارویی امریکا یعنی شرکت اِلی لیلی و بریستول مِیرز نیز مؤسسات بیوتکنولوژی خریده‌اند. شرکتهای اروپایی تولیدکنندهٔ مواد شیمیایی همچون آی‌سی آی و ساندوز و سیبا-گایگی تا سقف یک‌سوم از بودجه‌های تحقیقاتی‌شان را در زمینه‌های بیوتکنولوژی مصرف می‌کنند.

کمپانیهای داروسازی بزرگ، پیوندهایشان را با شرکتهای بیوتکنولوژی بالقوه مفید و موفق تقویت می‌کنند. در سال ۱۹۸۸، فایزر و اسمیت‌کلاین بکمن و هوفمن-لاروش به امید دستیابی به محصولات پرفروش موفق، با شرکتهای کوچک بیوتکنولوژی قراردادهایی منعقد کردند و با این کار بطور ضمنی اعتراف کردند که شرکتهای کوچک مبتکری که خطر هم می‌کنند، نسبت به شرکتهای معظم از موقعیت بهتری برخوردارند. و اما، بسیاری از شرکتهای کوچک نیز احتیاج مبرمی به سرمایه دارند و مترصد انعقاد قراردادهایی از این نوع هستند.

ایالات متحد

طبق بررسی سال ۱۹۸۸ «دفتر تکنولوژی کنگره»، حدود ۴۰۳ کمپانی

بیوتکنولوژی امریکایی و ۷۷ شرکت سهامی دیگر امریکایی «سرمایه‌گذاریهای قابل ملاحظه‌ای» در زمینهٔ بیوتکنولوژی داشته‌اند.

در طول سال ۱۹۸۷، بخش خصوصی ایالات متحد حدود ۲ میلیارد دلار صرف تحقیقات و توسعهٔ بیوتکنولوژی، بخصوص در زمینه‌های بهداشتی کرد. و در این زمینه، هزینهٔ مصرف‌شده از سوی بخش خصوصی و دولتی مجموعاً از ۴/۵ میلیارد دلار فراتر رفت و برای اولین بار فروش محصولات بیوتکنولوژی مرز یک‌میلیارد دلار را پشت سر گذاشت.

این آمار و ارقام ایالات متحد را بسیار جلوتر از کشورهای دیگر جهان قرار می‌دهد.

از نقطه‌نظر مقایسه‌ای، در اروپای غربی، بودجهٔ دولتی برای توسعه و تحقیقات در امر بیوتکنولوژی تنها ۸۰۰ میلیون دلار بود. گرچه باید در نظر گرفت که همین میزان هشتصد میلیون دلار دوبرابر ۴۰۰ میلیون دلار مصرف شده در سال ۱۹۸۶ بود. حال آنکه میزان افزایش سرمایه‌گذاری دولتی امریکا تنها ۱۹ درصد بوده است. دولت ژاپن سالانه چیزی در حدود پانصد میلیون دلار صرف تحقیقات بیوتکنولوژی می‌کند؛ و صنایع خصوصی این کشور نیز سالانه یک‌میلیارد دلار سرمایه‌گذاری می‌کنند.

سرمایه‌گذاریهای ایالتی

روزبروز بر اهمیت نقش دولتهای ایالتی در تأمین هزینهٔ تحقیقات بیوتکنولوژی افزوده می‌شود. پس از سقوط قیمت سهام در اکتبر سال ۱۹۸۷، سرمایه‌گذاری در بیوتکنولوژی هم بشدت تنزل کرد و از اوج ۱/۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خصوصی به کمتر از پانصد میلیون دلار در سال ۱۹۸۸ کاهش یافت.

در عین حال روند افزایش بودجهٔ ایالتی برای تحقیقات بیوتکنولوژی سریع‌تر از دیگر منابع بوده است. حدود ۳۰ ایالت که طرحهای بیوتکنولوژی دارند در سال ۱۹۸۸، جمعاً مبلغی بالغ بر ۱۵۰ میلیون دلار صرف کمک به پژوهشگران دانشگاهی در راه ساختن انستیتوهای مدرن و همچنین تأمین سرمایهٔ اولیه و اساسی شرکتهای نوپا کردند.

علی‌رغم ابراز نگرانیهایی در مورد مسائل ایمنی و اخلاقی، بیوتکنولوژی عموماً از حمایت قانونگذاران ایالتی برخوردار شده است. قانونگذارانی که امید به جذب کمپانیهای جدید و ترغیب اشتغال دارند. قانونگذارانی که می‌دانند بیوتکنولوژی می‌تواند راهگشای ابداعات و تکنیکهای تولیدی در زمینهٔ کشاورزی و جنگلداری و معدن و ماهیگیری نیز باشد.

معاون فرماندار ایالت کارولینای شمالی، رابرت بی جوردن که نقش اساسی را در توسعهٔ مرکز بیوتکنولوژی این ایالت ـ که باسابقه‌ترین برنامهٔ ایالتی در این زمینه در کشور است ـ داراست، می‌گوید: «سرمایه‌گذاری در این تکنولوژی (بیوتکنولوژی) برای کارولینای شمالی امری کاملاً طبیعی و عادی است.» هیچ ایالتی بیش از کارولینای شمالی هزینه صرف بیوتکنولوژی نکرده است. در سال ۱۹۸۸ این ایالت ۶/۵ میلیون دلار برای برنامه‌های بیوتکنولوژی اختصاص داد. جوردن اظهار داشت «اقتصاد [ایالت] ما وابستگی زیادی به آب و خاک دارد. ما همچنین مبلغ بسیاری در زمینهٔ تحقیقات پزشکی و مراقبتهای بهداشتی سرمایه‌گذاری کرده‌ایم و همهٔ این صنایع [کشاورزی، پزشکی...] از پیشرفتهای بیوتکنولوژی منتفع خواهند شد.»[۱۸]

غالب برنامه‌های بیوتکنولوژی دولتی در دانشگاهها متمرکز شده‌اند یعنی جایی که شمار بسیاری از پژوهشگران صاحب نام، علی‌رغم وسوسهٔ دریافت حقوق بیشتر از شرکتهای بزرگ به کار اشتغال دارند. به قول اکونومیست «بیوتکنولوژی اولین نمونهٔ اشتغالی است که از جذابیت کافی برای متقاعد کردن دانشمندان برجسته به این که روحیهٔ نوآوری

منافاتی با حرمت آکادمیک ندارد، برخوردار است.»[۱۹]

ژاپن

دست‌اندرکاران بیوتکنولوژی در ژاپن، هم زیاد هستند و هم ثروتمند و هم صبور. واتارو یامایا، مدیرعامل صنایع شیمیایی میتسوبیشی می‌گوید: «در ژاپن لغت بیوتکنولوژی، لغتی جادویی است.»[۲۰] بودجهٔ سال ۱۹۸۷ این شرکت برای تحقیقات و توسعه ۲۳۳ میلیون دلار بود که ۴۰ درصد آن وقف بیوتکنولوژی شده بود.

ژاپن هم در زمینهٔ تکنولوژی دنباله‌رو امریکا شده است. دولت و دانشگاهها و شرکتهای بزرگ ژاپنی در این زمینه با یکدیگر تشریک مساعی می‌کنند. گمان می‌رود که ژاپن سردمدار تحقیقات در زمینهٔ ساخت بیوچیپ‌ها (تراشه‌های زیستی) و تولید نیمه‌رساناهای پیچیده با استفاده از بیوتکنولوژی باشد.

دانشمندان ژاپنی سعی دارند کار تفسیر و خواندن جزئیات ژنتیکی انسان را ماشینی کنند.

از زمان به اجرا درآمدن پروژهٔ دستیابی به همچو هدفی در سال ۱۹۸۱، آژانس دانش و تکنولوژی ژاپن، ۷۶۶ میلیون ین (۵/۸ میلیون دلار) به پنج کمپانی، از جمله کمپانی ساعت‌سازی سیکو و کمپانی سازندهٔ فیلمهای عکاسی فوجی پرداخت کرده است تا به طراحی ماشینهایی که قادر به تجزیهٔ اتوماتیک DNA باشند بپردازند. آکیوشی وادا، پروفسور بیوفیزیک مولکولی در دانشگاه توکیو که مبتکر این طرح بوده است، می‌گوید: «ما می‌خواهیم از تمامی تکنولوژیهای موجود، یعنی کامپیوترها، ماده‌شناسی، الکترونیک، روباتها و بیولوژی، استفاده کنیم.»[۲۱]

ژاپن اولین کشوری نبود که این روند (تفسیر DNA) را ماشینی کرد.

لابراتوار بیولوژی مولکولی اروپا در هایدلبرگ آلمان غربی و لابراتوار ملی لارنس لیورمور کالیفرنیا در زمینهٔ ماشینی کردن شیوه‌های تجزیهٔ DNA پیشگام بوده‌اند. کمپانیهای امریکایی عدیده‌ای از جمله دوپن و اپلاید بیوسیستمز ماشینهایی برای خواندن DNA ساخته‌اند.

آزمایشگاههای جداسازی توالی DNA، شبیه اولین کارخانه‌های اتومبیل‌سازی هستند که در آنها اتومَبیلها یکی‌یکی و توسط انسانها ساخته می‌شدند. در این آزمایشگاهها اغلب مراحل به صورت دستی انجام می‌شود، بدین صورت که دانشمندان با دست، DNA را به اجزاء مختلف می‌شکنند، مجدداً آن را در درون باکتریها تولید می‌کنند، سپس استخراجش می‌کنند، آن را می‌پالایند و دوباره آن را جدا می‌کنند و نهایتاً به روی فیلم منتقلش می‌کنند تا با استفاده از چشم، آن را تجزیه و تحلیل کنند.

پروفسور وادا از دانشگاه توکیو می‌گوید ماشینی کردن این روند می‌تواند چندین فایده دربر داشته باشد: «این کار درست مثل تولید اتومبیل و نیمه‌رساناها است. اگر شما به تولید انبوه بپردازید، هزینه کمتر می‌شود و کنترل کیفی افزایش می‌یابد.»

نانوتکنولوژی

تاکنون هیچ کسی مثل ک. اریک درکسلِر، ابعاد تکنولوژی و دانش را گسترش نداده است. سراسر زندگی درکسلِر وقف به تحقق پیوستن ایدهٔ اختراع نانوماشینها شده است.

یک نانومتر، یک‌میلیاردم یک متر است. نظریهٔ درکسلر این است که بشر روزی خواهد توانست ماشینهای کوچکی به ابعاد تنها چند نانومتر بسازد و این ماشینها توانایی ساخت تقریباً همه چیز را با تمام جزئیات و اتم به اتمش دارا خواهند بود.

درکسلر، نویسندهٔ موتورهای خلقت: عصر قریب‌الوقوع نانوتکنولوژی، پژوهشگر مهمان در دانشگاه استانفورد بوده است. او می‌گوید که با نانوماشینها می‌توانیم از کاه و یونجه، استیک درست کنیم، درست همانطور که گاوها می‌کنند. با این ماشینها می‌توان چندروزه یک خانهٔ تمام و کمال ساخت، درست همانطوری که درخت بلوط تنومندی از یک میوهٔ کوچک می‌روید. این ماشینهای آینده از توانایی دوباره‌سازی تمام جهان فیزیکی برخوردار خواهند بود.

این امکان، برای اولین بار توسط ریچارد پ. فینمن فقید، یکی از بزرگترین فیزیکدانان نظری جهان و برندهٔ جایزهٔ نوبل مطرح شد. کتاب پرفروش او به نام حتماً شوخی می‌کنید آقای فینمن! او را به عوام‌الناس شناساند. یقیناً اریک درکسلر در مورد نانوماشینهایش شوخی نمی‌کند و همکاران دانشمندش او را جدی می‌گیرند.

مسئلهٔ اخلاقیات

روز هیجدهم اوت سال ۱۹۸۷ آکادمی ملی علوم، معتبرترین سازمان دانشمندان و مهندسان ایالات متحد گزارش داد که ریسک مهندسی ژنتیک، بیشتر از پرورش گونه‌های استثنائی یا دیگر شیوه‌های ایجاد تغییرات در موجودات زنده نیست.

طبق این گزارش، تکنیکهای مهندسی ژنتیک «شامل شیوه‌های قدرتمند و بی‌خطر نوینی برای اختلاط ارگانیسمهاست.»

آیا دانشمندان آنقدر سرگرم کارشان هستند که به سؤالهای مهمتر وقعی نمی‌گذارند یا اینکه برخی از ما درنتیجهٔ محدودیت دانش تکنیکی‌مان بیش از حد نگران هستیم؟

اگر دانشمندان بتوانند از طریق ژنتیکی موشی را مبتلا به سرطان کنند، آیا امکان دارد که دانشمندی تحت سلطهٔ یک دیکتاتور پلید، انسانها را مبتلا به مرض و بیماری کند؟ آیا والدین، فرزندانی را که

چشمانشان به جای آبی، قهوه‌ای شده است نابود خواهند کرد؟

نیل فرست، جانورشناس دانشگاه ویسکانسین می‌گوید: «فکر می‌کنم در زمینهٔ خلق و پرورش دام، طبق وضع بازار مصرف و اوضاع اقتصادی در یک برههٔ خاص از زمان، امکان تحقق همچو نظریه‌هایی زیاد باشد.»[۲۲] این اعتراف بر وحشت آنهایی که فکر می‌کنند دانشمندان بیوتکنولوژی بدون اعتنا به اخلاقیات و اکولوژی، صرفاً برای کسب منفعت بیشتر در کار ژنها دخالت می‌کنند، صحّه می‌گذارد.

دکتر لیمن ب. کریتندن در پایگاه تحقیقاتی وزارت کشاورزی ایالات متحد در ایست لنسینگ میشیگان می‌گوید: «ما داریم به روزی می‌رسیم که دانشمندان ژنتیک خواهند توانست جوجه‌هایی پرورش دهند که نسبت به امراض مقاوم باشند، تخمهای بزرگتری بگذارند و یا از دیگر امتیازهایی که پرورش‌دهندگان جوجه آن را ارزش می‌دانند برخوردار باشند.»[۲۳]

اما از کجا معلوم که گذاشتن تخم بزرگتر موجب ناراحتی یا جراحت مرغ نشود؟ اگر تولید شیر سی درصد افزایش یابد ولی پستان گاو آنقدر بزرگ شود که حیوان بسختی راه برود چه؟

دکتر شلدن کریمسکی از دانشگاه تافتس می‌گوید او به هیچ اصل فلسفی یا مذهبیی که پیوند ژن از یک حیوان به حیوان دیگر را منع کند، برنخورده است. ولی هم او مشکلات و مسائل بالقوهٔ گوناگونی از جمله اقتصادی و زیست‌محیطی و انسانی را در این راستا پیش‌بینی می‌کند.

جرمی ریفکین می‌گوید که اعتراضات عمدهٔ او به مهندسی ژنتیک مبنای اخلاقی دارند. او معتقد است که ژنهای تشکیل‌دهندهٔ حیات انسانی ارزشمندتر از آنند که در آزمایشگاهها زیر و رو شوند. ریفکین معتقد است که مأموریت او حمایت از کرهٔ زمین است در مقابل دانشمندان بیوتکنولوژی. در سال ۱۹۸۷ هنگامی که ادارهٔ ثبت اختراعات و علائم تجاری امریکا اعلام کرد که حیوانات تولیدشده از طریق مهندسی ژنتیک

می‌توانند به ثبت برسند، ریفکین گفت «با همین یک تصمیم اتخاذ شده از جانب یکی دو نفر در ادارهٔ ثبت امتیاز، دولت تمامی قلمرو حیوانات را دودستی به شرکتهای چندملیتی دارویی و بیوتکنولوژی تقدیم کرد.»[۲۴] ریفکین گاه از خود بیخود می‌شود. به قول اکونومیست «ریفکین همانقدر که معتقد است صنعت بیوتکنولوژی می‌تواند برای بشریت خطرناک باشد، خودش برای این صنعت خطرناک است.»[۲۵]

از اغراق ـدر هر دو طرفـ گذشته، نقطه‌نظر ریفکین در این مورد که تصمیم‌گیریها با غفلت انجام می‌گیرد، بد نیست که مد نظر قرار گیرد. چه کسی تصمیم‌گیرنده است؟ چه کسی بناست در مورد دستکاری ژنهای انسانی تصمیمات لازم را اتخاذ کند؟

بیوتکنولوژی ما را با هولناک‌ترین و منفی‌ترین کلیشه‌ها رودررو می‌کند:

فرانکنشتاین مری شلی و دکتر استرنج لاو بیولوژی.

آیا دخالت در فرایند حیات بیش از حد مغرورانه نیست؟

بشریت هنوز آنقدر متعالی نشده که دورهٔ سوءاستفاده از قدرت را پشت سر گذاشته باشد. ولی علی‌رغم این واقعیت، تکنولوژیی در دست است که امکان سوءاستفاده از آن بسیار زیاد است. ما همگی می‌دانیم که به اندازهٔ کافی دیوانه (چه سیاسی و چه روانی) در جهان وجود دارد که با کمال میل از قدرت بیوتکنولوژی سوءاستفاده کند. آری، منظورمان دیوانه‌ها و تروریستهاست. خوب، با توجه به این مسئله چه جوابی به این سؤال حساس داریم؟

یک راه‌حل ممکن آن است که مرحلهٔ اول عهد بیولوژی را مجدداً به گونه‌ای طرح‌ریزی کنیم که بیشتر به یادگیری طرز عمل طبیعت بپردازد نه طرق دخالت در کار طبیعت.

تفاوت دکتر واتسنی که می‌خواهد دههٔ آیندهٔ عمرش را صرف شناسایی ژنهای انسانی کند تا بتواند به درک بهتری از چگونگی عملکرد حیات برسد، با کسی که می‌خواهد از همین دانش برای اختلاف

و دستکاری در امر حیات بهره جوید، از زمین تا آسمان است.

به نوشتهٔ، نیویورک تایمز «دانش ژنتیک سریعاً دارد به صورت همان چیزی درمی‌آید که دانشمندان ژنتیک همیشه تصورش را می‌کردند: یعنی عمده‌ترین و اغواکننده‌ترین دانش حیات.»[۲۶]

کلنجارهای اخلاقی دهۀ ۱۹۹۰

ملاحظات اخلاقی بیوتکنولوژی ابعاد گسترده‌تری خواهد یافت ـ اصولاً در تمامی زمینه‌های مختلف ملاحظات اخلاقی مد نظر قرار خواهند گرفت. تجارتهای ممنوع و رشوهٔ مأموران خارجی و کلاهبرداری علنی حتی در مذهب، زمینه‌ساز جستجو برای یافتن ارزشهای اخلاقی نوینی شده‌اند.

سؤالها و مسائل اخلاقی مطرح در «زیست‌پزشکی» که بمراتب پیشرفته‌تر از بیوتکنولوژی و بخصوص شامل انواع پیوندها و پدیدهٔ مادر جانشین (پروراندن نطفهٔ مردی در رحم زنی به غیر از همسر مرد) است از هم‌اکنون همهٔ توجهات را به خود معطوف کرده است و ما بر اساس همین، مسائل اخلاقی در رابطه با بیوتکنولوژی در دهۀ ۱۹۹۰ را مد نظر قرار خواهیم داد.

فلاسفه و الهیونی که سابقاً برایشان موقعیتهای استخدامی و شغلی جالبی وجود نداشت، اکنون آن‌چنان در بورس هستند که گویی دانشمندان و نخبگان علوم کامپیوتری هستند.

بیمارستانهای نیویورک فلاسفه را استخدام می‌کنند تا دکترها را در مورد اتخاذ تصمیمات مربوط به زندگی یا مرگ راهنمایی کنند. هیئت مقننهٔ نیوهمشایر و مقامات زندان کانکتیکات و حتی کنگرهٔ ایالات متحد هم فلاسفه را به کار دعوت کرده‌اند.[۲۷] یک شرکت ساخت حافظهٔ مصنوعی در ماساچوست به اسم بالت برانک اند نیومن چندین فیلسوف

را در استخدام دارد. حال این با شماست که حدیث مفصل بخوانید از این مجمل و ببینید که چه تعداد فیلسوف در ۴۰۳ کمپانی بیوتکنولوژی این کشور استخدام شده‌اند.

توجه به فلسفه و ارزشها در مدارس

تمامی کشورها مجبور خواهند شد که زمان بیشتری را در مدارس به دروس مربوط به اخلاقیات و فلسفه اختصاص دهند. حدود ۵۰۰۰ مدرسه در ایالات متحد اکنون درس «فلسفه برای کودکان» را که توسط ماتیو لیپمن از «انستیتوی ارتقاء فلسفه برای کودکان» تهیه و تنظیم شده است، تدریس می‌کنند.[۲۸]

شیکاگو و لوس‌آنجلس و سنت‌لوئیس و همینطور دهها بخش دارای مدرسه در سرتاسر ایالات متحد، دروسی مثل «آموزش ارزشها» یا «تعلیم شخصیت» را به عنوان بخشی از برنامهٔ درسی مدرسه آموزش می‌دهند.[۲۹] دبیرستان «گار» در سریتوس کالیفرنیا بیش از ۱۵ سال است که دروس مربوط به ارزشها را در برنامهٔ درسی گنجانده است.

آیا مادهٔ درسی «ارزشها» به کلوبهای 4-H هم که پیش‌بینی می‌شود ظرف یک دهه مؤسسات بیوتکنولوژی بشوند سرایت خواهد کرد؟

ناتان کوئینونز، رئیس بازنشستهٔ مدرسه‌ای در نیویورک می‌گوید: «آموزش معلومات بدون آموزش ارزشهای اخلاقی غیرممکن است.»[۳۰]

در طول دههٔ ۱۹۷۰ تعداد ۳۲۲ واحد درسی در زمینهٔ اخلاقیات تجاری در دانشگاهها و کالجهای امریکا شروع به تدریس شد.[۳۱] رئیس هاروارد درک سی. بوک می‌گوید که اکنون هزاران واحد درسی در مورد استدلال اخلاقی و مسائل اخلاقی در دانشگاهها و کالجهای امریکا وجود دارد.[۳۲]

دپارتمانهای اخلاقیات بسیاری هم بتازگی در دانشگاهها تأسیس شده‌اند مثل «مرکز مطالعات اخلاقیات در حرفه‌ها» در انستیتو تکنولوژی ایلینویز، مرکز فلسفه و سیاست عمومی دانشگاه مری‌لند، انستیتو

اخلاقیات کندی در دانشگاه جرج تاون و دپارتمان اخلاقیات زیست-پزشکی در دانشگاه ویرجینیا. مدرسهٔ پزشکی پریتزکر در دانشگاه شیکاگو، بورسیه‌هایی در اخلاقیات می‌پذیرد.

پاتریک مک‌کارتی، رئیس مرکز تحقیقاتی توماس جفرسون در «پاسادنا»ی کالیفرنیا که برنامه‌های آموزشی ارزشها را توسعه می‌دهد می‌گوید: «احیاء ارزشها بستگی به مردم دارد که باید درک کنند جهان نه مذهب‌گرائی محض است و نه خداگرایی محض، و جایی در این بین برای ارزشها نیز وجود دارد.»[۳۳]

پاسخ به پرسشهای اخلاقی در زمینهٔ بیوتکنولوژی عمدتاً بر دوش رهبران کمپانیهای بیوتکنولوژی خواهد بود.

در میشیگان و هاوایی و میسوری و نیوجرسی و کالیفرنیا و تنسی، هیئتهای مقننهٔ ایالتی گنجاندن مادهٔ اخلاقیات در دروس را برای مدارس محلی اجباری کرده‌اند.[۳۴]

اخلاقیات پزشکی: باسابقه‌تر از بیوتکنولوژی

به گزارش کمیسیون ریاست جمهوری برای مطالعهٔ مسائل اخلاقی در زمینهٔ پزشکی، در سال ۱۹۸۳ تنها ۴ درصد بیمارستانهای عمدهٔ کشور دارای «کمیته‌های اخلاقیات» برای بازنگری بر تصمیمات درمانی بودند. در سال ۱۹۸۷ بیش از ۶۰ درصد از اعضاء جامعهٔ بیمارستانهای امریکا دارای کمیته‌های اخلاقی بودند. این کمیته‌ها با وجود مسئلهٔ «خواست»های بیمار و جراحی بر روی جنین، و با نزدیک شدن عصر بیوتکنولوژی، سرشان بسیار شلوغ شده است.

در سال ۱۹۸۶ شورای انجمن پزشکی امریکا در راهنماییهای اخلاقی و قضایی اعلام کرد که از نظر اخلاقی یک دکتر می‌تواند «تمامی راههای ابقاء حیات» از جمله غذا و مایعات را برای بیمارانی که امیدی به بهبودیشان نمی‌رود و یا به حالت اغماء غیرقابل بازگشتی رفته‌اند، قطع

کند. ولی همین انجمن همچنین می‌گوید که یک دکتر نباید «با قصد و عمداً سبب مرگ بیمار شود.»

در نظر بسیاری از پزشکان این مرز بسیار باریکی است.

سی و نه ایالت، و بخش کلمبیا اجرای «خواست»های بیمار را مجاز می‌دانند. در این «خواستها» بیمار به پزشکان اجازه می‌دهد که به هنگام علاج‌ناپذیری و وخامت حالش، دستگاههای ادامهٔ حیات را از بدن او جدا کنند. یک تحقیق برنامهٔ بهداشتی هاروارد در سال ۱۹۸۷ بدین نتیجه رسید که ۸۴ درصد امریکاییان با پیروی از «خواست» بیمار موافق هستند.[۳۵]

آیا باید بیمار را زنده نگاه داشت تا از اعضاء بدنش برای کمک به دیگران استفاد شود؟

دکتر دیوید لارسن، مدیر مرکز «زیست-اخلاقیات» مسیحی در دانشگاه لوما لیندا می‌گوید: «در این مورد جدال اصلی بر سر این مسئله است که آیا از نظر اخلاقی صحیح است که بیماری را برای منتفع کردن بیمار دیگری درمان کرد یا نه.»

هنگامی که برندا وینرز مطلع شد جنینی که در رحم دارد مبتلا به آننسفالی -عدم وجود بخش عمدهٔ کورتکس مغزی- است، هم می‌توانست جنین را سقط کند و هم او را نگاه دارد و بگذارد که خودش بمیرد. او و شوهرش درعوض تصمیم گرفتند که برندا بچه را بدنیا آورد و او را زنده نگاه دارند و بگذارند که اعضاء بدنش برای پیوندهای مختلف مورد استفاده قرار گیرد.

خود برندا وینرز می‌گوید: «خداوند همچو کودکانی را خلق و وارد این دنیا می‌کند و آنها هم باید بتوانند درعوض فایده‌ای داشته باشند، حتی اگر خودشان قادر به زندگی نباشند.»[۳۶]

مادر جانشین

در اوایل سال ۱۹۸۹ بیش از هزار فرزند از مادرهای جانشین متولد شدند؛ مادرهای جانشین، زنانی هستند که در ازای دریافت وجهی، با نطفهٔ مردی بارور می‌شوند و پس از طی دوران بارداری، طبق قرارداد، بچه را به پدر و همسر پدر می‌دهند.

اکنون، تمامی ایالتها حداقل یک قانون برای منع یا قانونی کردن این کار در دست بررسی دارند. دادگاه عالی نیوجرسی در سال ۱۹۸۸ و پس از مورد معروف به بیبی ام (Baby M) حکم راند که قراردادهای مالی در این زمینه غیرقانونی هستند. اکنون هفت ایالت این کار را منع کرده‌اند: این هفت ایالت عبارتند از یوتا، لویزیانا، کنتاکی، ایندیانا، فلوریدا، نبراسکا، میشیگان.[۳۷]

رئیس دیوان عالی نیوجرسی رابرت ان. ویلنتز، نوشت «مسئله این است که چگونه از مزایای تکنولوژی بخصوص در مورد زوجهای عقیم، بهره‌مند شد و در عین حال ریسک سوءاستفاده را نیز به حداقل کاهش داد.»[۳۸]

مسائل اخلاقی مادر جانشین و بیوتکنولوژی و دیگر مسائل زیست پزشکی، با نزدیک‌شدنمان به هزاره، شدت خواهند گرفت. ما باید بکوشیم و آیندهٔ بیوتکنولوژی را پیش‌بینی کنیم تا برای مواجهه با دوراهی معنویی که در سر راهمان قرار خواهد گرفت آمادگی داشته باشیم. این مسائل اخلاقی، ارتباط دارد با نیاز ما به درک این مسئله که انسان بودن یعنی چه، خصوصاً که ما نظریهٔ مطلق کامل بودن تکنولوژی و علم را رد می‌کنیم.

در دههٔ ۱۹۹۰ اگر نگوییم که شاهد نبرد نهایی با دانش خواهیم بود، ولی قدر مسلم آن که شاهد دهه‌ای پربحث و جدل خواهیم بود بر سر این که دانشمندان چه می‌کنند و چه خوابی برایمان دیده‌اند.

این جدال مثل هیاهو و جنجالی خواهد بود که ۱۳۰ سال پیش به دنبال انتشار کتاب بنیاد انواع چارلز داروین برپا شد. و، توجه داشته باشید که بحث داروین در مورد «انتخاب طبیعی» بود، حال آنکه در اینجا بحث بر سر «انتخاب غیرطبیعی» است.

آری، عصر اطلاعات، عصر بیولوژی هم خواهد بود.

۹

تجدید حیات مذهبی
در هزارهٔ سوم میلادی

در سپیده‌دم هزارهٔ سوم میلادی، نشانه‌های غیرقابل انکاری دال بر تجدید حیات فرقه‌های گوناگون مذهبی در سراسر جهان وجود دارد.

نسل دورهٔ پرفرزندی امریکا که در دههٔ ۱۹۷۰ مذهب سازمان‌یافته را رد می‌کردند، اکنون دست در دست فرزندانشان دوباره به کلیسا رو آورده‌اند و به عبارتی دیگر به جنبش عصر جدید پیوسته‌اند.

تجدیدنظرطلبان یهودی که چهل سال پیش مسائل ماوراءالطبیعه را از کتب ادعیه حذف کرده بودند اکنون بار دیگر به شرح معجزات و عوالم غیبی و ظهور مسیحا پرداخته‌اند.[1]

مورمونها[2] در سال ۱۹۸۷ به مناسبت رسیدن تعداد هم‌کیشان جدیدشان به ۲۷۴٬۰۰۰ نفر، «بهترین سال» تاریخ ۱۵۸ سالهٔ خود را جشن گرفتند.[2]

در ژاپن فستیوالهای شینتو به همراه مراسم «تناسخ» بار دیگر احیا شده است و مردم به معابد محلی روی آورده‌اند. مرشدی شینتویی که «معجزه‌گر ژاپنی» لقب گرفته است هم‌اکنون ۵ میلیون پیرو در ژاپن و ایالات‌متحد و برزیل پیداکرده‌است و ۸۰٪ از مریدانش غیرژاپنی

هستند.

نیروی معنوی این جنبش جهانی در دههٔ اخیر سه‌برابر شده و حدود ۳۰۰ میلیون انسان را ـو از جمله میلیونها نفر کاتولیک رومی راـ نیز در بر گرفته است.

جوانانِ در خدمت مسیح که در سراسر اروپا مراکزی برای نوجوانان دایر دارد، جوانان سی و هفت کشور جهان را در کنفرانس سال ۱۹۸۸ گرد هم آورد و دوازده‌هزار نفر را برای رژه‌ای در بورکینا فاسوی افریقا (همان ولتای علیای سابق) بسیج کرد.[۳]

جوانان چینی و روسی شیفتهٔ مذهب شده‌اند و علی‌رغم ناباوری اولیای سالخورده و افراد مسن‌ترِ در مکتب کمونیست بارآمدهٔ خویش از حضور در معبد لذت می‌برند.

نیروی سیاسی قدرتمندی به نام اسلام بنیادگرا در ایران و افغانستان و سراسر جهان عرب جان گرفته است و در میان طبقهٔ متوسط و فرنگی‌مآب ترکیه و مصر هم در حال تجدید حیات است.

استاد الهیات، هاروی کاکس که درحدود هزار دانشجو در کلاس درسش به عنوان «مسیح و زندگی معنوی» (یکی از پرجمعیت‌ترین کلاسهای دانشگاه هاروارد) آموزش دیده‌اند، اشارتی دارد به تجدید حیات مذاهب اسلام و شینتو و بودایی و یهودیت. او می‌گوید که «بیست و پنج سال قبل از این هیچ کس نمی‌توانست رواج این تمایل مذهبی را پیش‌بینی کند. غالب پیشگویان آن سالها معتقد بودند با رواج تجدد، مذهب رنگ خواهد باخت و محو خواهد شد.»[۴]

به سوی هزارهٔ (سوم)

جهان با فرارسیدن سال ۲۰۰۰ و جاذبه‌های هزارهٔ موعود گسترش خواهد یافت همانطور که ابتدا در صحیفهٔ دانیال نبی عهد عتیق و سپس در مکاشفهٔ یوحنای رسول عهد جدید (باب بیستم آیهٔ ۱ تا ۷) آمده است،

هزارهٔ موعود یعنی دورهٔ هزارساله‌ای که مسیح و حواریونش سرنوشت جهان را به دست خواهند گرفت و صلح و شادی در بسیط زمین حکمفرما خواهد شد. اما آن هزاره که مطلع عصری طلائی در تاریخ بشریت است منحصراً وقتی فراخواهد رسید که مسیح رجعت کرده باشد و پیروزی موعودش بر کفار و معاندان تحقق یافته باشد.

هزار سال پیش در دههٔ ۹۹۰ میلادی و قبل از فرارسیدن دومین هزاره، مسیحیان عصر جاهلیت اروپا معتقد بودند که آخرالزمان نزدیک شده است. در دورانهای باستان، مسیحیان اولیه معتقد بودند که فرارسیدن هزاره، آنان را از اذیتها و آزارهای رومیان خواهد رهانید. نورمن کُن، نویسندهٔ در انتظار هزاره می‌گوید در قرون وسطی، گروههایی از روستائیان بر اثر تبلیغات و تلقینات وعاظ مسیحی هر لحظه منتظر فرارسیدن هزارهٔ موعود بودند. همین شور و شوق انتظار بود که باعث قیام و طغیان کشاورزان انگلیسی در قرن چهاردهم و کشاورزان آلمانی در قرون پانزدهم و شانزدهم شد.[5]

و اکنون که به سال ۲۰۰۰ نزدیک می‌شویم، باز هم اتفاقاتی از آن قبیل در حال وقوع است. وقتی مردم معتقد شدند که «زمان موعود نزدیک است» دسته‌دسته گرد مرشدان ظاهرالصلاح و رهبران هوشمند حلقه می‌زنند. با الهام از نهضتهای گذشته امروزه میلیونها نفر دور از تعصبات بنیادگرایانه مجذوب جلوه‌های مذهبی شده‌اند و مستمع واعظان و مرشدان عصر جدید: از مجالس موعظهٔ روحانیون گرفته تا سخنرانیهای جنجال‌انگیز گویندگان مذهبی تلویزیون.

تنها وجه مشترک ما با مردم هزارهٔ گذشته این است که ما نیز چون ایشان احساس می‌کنیم در عصری قرار گرفته‌ایم که مبداء تحولات شگرفی خواهد بود.

آخرین باری که ایالات متحد حضور مذهبی را به سنگینی احساس کرد، در طول قرن نوزدهم بود، مقارن زمانی که اقتصاد کشور از دوران کشاورزی وارد مرحلهٔ صنعتی می‌شد. در آن قرن موازی با رواج نهضت

تعالی‌پرستی و رونق اعتلای روح، مذاهب متعدد امریکایی‌سازی از قبیل مورمون و ادونتیست و شهود یهوه و مسیحیت علمی نیز پا گرفت.

وقتی شدت تحولات اجتماعی مردم را حیرت‌زده و سردرگم می‌کند، نیاز و توجه عمومی به عوالم معنوی بیشتر می‌شود. در همچو شرایطی مردم می‌کوشند به یکی از این دو طریق آموزش قلبی حاصل کنند: یا با توجه به عوالم درونی و تأملات و مکاشفات عرفانی و اعتقاد به کشف و شهود؛ یا با توسل به عوالم بیرونی یعنی مرشدان و روحانیون؛ و قبول این اصل مستحکم مذهبی که «هرچه هست از اوست.» و این هر دو حالت هم‌اکنون در جهان ما در حال شیوع است.

در روزگاران گذشته در دوره‌های تفتیش عقاید مذهبی و بحرانهای شدید اقتصادی و تحولات تند اجتماعی، تنها روزن امید خلایق منحصر بود به فرار از واقعیات تاریخی و دلبستن به امید هزارهٔ موعود و برکات و سلم و صفایش.

مسئلهٔ انتظار هزارهٔ موعود منحصر به متون مقدس یهودی و مسیحی نیست. انسان‌شناسان، تاریخدانان و دانشمندان علوم الهی، مفاهیم مشابه آن را در اسلام نیز کشف کرده و دریافته‌اند که همین مسئلهٔ انتظار فرج بود که در قرن نوزدهم مایه‌بخش قیامها و نهضتهائی از قبیل طغیان سال ۱۸۸۱ سودان شد؛ در مذهب بودایی نیز اعتقاد بر این است که بودای سوم، هزار سال پس از نیروانای دومین بودا، درحالی که جهان لبریز ظلم و جور و فساد است، ظهور خواهد کرد؛ در دین ایرانی زردشت و همچنین در معتقدات جهان‌سومیهای برزیل و افریقا نیز چنین مفاهیمی مشاهده شده است.[۶]

مذهب علم

هدف مذهب و علم هر دو رسیدن به «حقیقت» است. گرچه از دوران روشنگریهای قرن هیجدهم به بعد، غربیها برای علم هم تقریباً جنبهٔ

تقدسی شبیه به مذهب قائل شدند و این گرایش به برکت افکار فیلسوف قرن نوزدهم فریدریش نیچه اوج گرفت و در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ منتج به اعلام صریح نظریهٔ غیرمعنوی «خدا مرده است» بوسیلهٔ روحانی بنیادگرا، توماس آلتیزر شد. ولی امروزه درحالیکه فرصت زیادی تا تجدید هزاره باقی نمانده است، ضدگرایش قدرتمندی به عنوان تجدید حیات مذهبی به جنگ با اعتقاد متعصبانه به علم و تکنولوژی برخاسته است.

علم و تکنولوژی نمی‌توانند ما را با معنی زندگی آشنا سازند، این برعهدهٔ ادبیات و هنر و معنویات است.

استاد الهیات دانشگاه شیکاگو، مارتین مارتی می‌گوید: «به ما وعده می‌دادند که با توسعهٔ افکار ترقی‌جویانه و رواج علم و پیشرفت خردگرائی، خدایان کهن خواهند رفت و با رفتن آنان آزادی و شادی نصیب آدمیزادگان خواهد شد.»[۷] اما اکنون با شناخته شدن محدودیتهای قلمرو دانش، به عقیدهٔ او «داروی تکنولوژی به برکت بعض شفابخشیهایش مغتنم است اما قلمرو تأثیر این دارو به‌هرحال محدود است و به همین علت نمی‌تواند مورد پرستش قرار گیرد.»

درواقع ما دوباره درصدد کشف نیروی درونی خودمان برآمده‌ایم. مواعظ مذهبی اعم از سخنرانیهای تلویزیونی و احضار ارواح و یا ادعای انجام کارهای محیرالعقولی مثل توانایی ادای جملات و کلماتی به زبانی که فرد اصلاً بدان آشنایی نداشته است، بار دیگر جانشین ارزشهای دوران خردگرائی شده است.

شاهد بارز این واقعیت توفیق خارق‌العادهٔ سریالی تلویزیونی است از بیل مایرز که زیر عنوان قدرت اساطیر اجرا شد. در این برنامهٔ تلویزیونی، جوزف کمبل بینندگان تلویزیون را دوباره با مفاهیم کنایی معنوی اساطیر آشنا کرد و باعث شد کتابی که براساس این برنامه‌ها تألیف شده بود و همچنین کتاب دیگر کمبل (که پیش از آن منحصراً نزد اهل اصطلاح معروفیتی داشت) قبول عام یابند و در لیست کتابهای پرفروش

قرار گیرند.[۸]

همزمان با طرد علم به عنوان جانشین مذهب، نهضت زنان هم در مردسالارترین مؤسسات جهان یعنی کلیساها نفوذ کرده است.[۹] امروزه ۸۴ فرقهٔ مذهبی به زنان مقامهای کلیسایی داده‌اند و در کلیساهای ایالات متحد ۲۱٬۰۰۰ روحانی زن وجود دارد. اگرچه سال ۱۹۸۹ نخستین سالی بود که زنی به عنوان اسقف کلیسای اپیسکوپال برگزیده شد، ولی قدیسه‌ها و راهبه‌های مسیحی اعم از کاتولیکها و پروتستانها اعلام کرده‌اند که در پی آن نیستند تا در حوزه‌ای که قلمرو قدرت مردان است پایگاهی به‌دست آرند، هدف آنان این است که مسئلهٔ تبعیضات جنسی را در همهٔ زبانها و مظاهر و آداب و سنن و متونی که نقش زن را نفی یا تحقیر کرده‌اند مورد سؤال قرار دهند و عمق تبعیضات جنسی را در مذهب سنتی برملا کنند. آنها می‌گویند «چرا ما باید با کلمهٔ «پدر» از حضرت احدیت تعبیر کنیم و کلمهٔ مادر را در این مورد بکار نبریم؟»

از رونق افتادن مذاهب اصلی

مذاهب اصلی در دورانهای ثبات بر رونقشان افزوده، و در سالهای پرتلاطم و تغییر از رونقشان کاسته می‌شود.

فرقه‌های اصلی با مفهوم سنتی هزارهٔ موعود چندان موافقتی ندارند و از نظر کاتولیکها اینگونه تعبیر و برداشتها ارتداد بشمار می‌رود.

در دهۀ ۱۹۶۰ رواج و رونق سابقاً مطلوب مذاهب اصلی بطرز وحشتناکی افت کرد. آمار زیر، تعداد اعضای کلیساها را در سال ۱۹۶۵ با آخرین آماری که در سالنامهٔ ۱۹۸۸ کلیساهای امریکایی و کانادایی ارائه شده است، مقایسه می‌کند:

* یونایتد متدیست‌ها از یازده میلیون نفر در سال ۱۹۶۵، به ۹/۲ میلیون نفر کاهش یافته‌اند.

* پرسبیترِینهای امریکا، درحدود یک میلیون از اعضا را از دست داده‌اند. شمار اعضای این فرقه اکنون ۳ میلیون نفر است.
* حواریون مسیح حدود یک میلیون از اعضایش را از دست داده و اکنون ۱/۱ میلیون عضو دارد.
* اعضای کلیسای اسقفی از ۳/۴ میلیون به ۲/۵ میلیون تقلیل یافته است.
* سه فرقهٔ عمدهٔ لوتری بیش از نیم میلیون تن از اعضایشان را از دست داده‌اند.[10]

طبق گزارش سال ۱۹۸۸ راهنمای رسمی فرقه‌های کاتولیک[11] در ایالات متحد ۵۳/۵ میلیون کاتولیک وجود داشته، رقمی که حاکی است از ۱/۱ درصد افزایش نسبت به سال ۱۹۸۷. اما به‌هرحال در تعداد کشیشان و راهبه‌ها افزایشی صورت نگرفته است، و آمار ۵۳٬۵۰۰ کشیش در این سال نمایانگر کاهش بیش از ۶٬۰۰۰ کشیش است نسب به سال ۱۹۶۸.

شمار راهبه‌های کاتولیک از ۱۷۶٬۰۰۰ نفر در سال ۱۹۶۸ به ۱۰۷٬۰۰۰ نفر در سال ۱۹۸۸ کاهش یافت. و تنها در سال ۱۹۸۷، تعداد ۵٬۵۷۷ راهبه با رهبانیت وداع گفتند.

تحقیقی که در سال ۱۹۸۸ توسط شورای ملی کلیساهای مسیح در نیویورک سیتی انجام گرفت، حاکی از آن بود که اعضای این فرقه‌ها بالغ بر ۱۴۳ میلیون نفر یعنی ۵۹ درصد جمعیت ایالات متحد است. سالنامهٔ ۱۹۸۸ کلیساهای امریکایی و کانادایی از وجود ۲۲۰ فرقهٔ مذهبی نام می‌برد، اما بر اساس گزارش همین سالنامه در دو سال پیاپی تعداد اعضای کلیساها ثابت مانده است. اسقف فرقهٔ یونایتد متدیست، ریچارد ویلک از آرکانزاس می‌گوید: «فرقه‌های مذهبی که سابقاً عنوان فرقهٔ رسمی (اصلی) داشتند، اکنون فرقهٔ قدیمی لقب گرفته‌اند، و گرفتار مشکلاتی شده‌اند.»[12] کنستانت ژکت، سردبیر سالنامهٔ ۱۹۸۸ کلیساهای امریکایی و کانادایی می‌گوید: «اکنون دیگر تعداد اعضای این فرقه‌ها به

نسبت افزایش جمعیت، افزایش نمی‌یابد.»[۱۳]

بر تعداد مؤمنان معبدرو یهودی و مسیحی در دهۀ ۱۹۷۰ درحقیقت ۴/۱ درصد افزوده شد، حال آن که رشد جمعیت ۱۰/۹ درصد بوده است. اگر افزایش چشمگیر بنیادگرایان و انجیلیون نبود، کاهش اعضای کلیساها از این که گفتیم بسیار بیشتر بود.

جنوبیها، کلیسارو ترین امریکائیانند، ۴۳ درصدشان هر هفته به کلیسا می‌روند؛ ساکنان غرب میانه با ۴۲ درصد کلیسارو مقام دوم را دارند. در ایالات شرقی ۳۹ درصد مردم در مراسم هفتگی کلیسا حاضر می‌شوند و در غرب لامذهب فقط ۳۵ درصد جمعیت به کلیسا می‌روند.[۱۴]

معنویت: آری؛ مذهب سازمان‌یافته: خیر

نظرسنجی گالوپ (Gallup) در سال ۱۹۸۷ نشان داد که ۹۴ درصد امریکائیها به خدا اعتقاد دارند. به گفتۀ ویلیام دانتونیو، از انجمن جامعه‌شناسان امریکا «هندوستان و لهستان و ایالات متحد، مذهبی‌ترین ملتهای جهان را دارند.» ولی سؤال این است که امریکائیها «مذهبی» هستند یا «معنوی»؟ اگر «مذهبی» حسابشان کنیم از آن قبیل مذهبیهایی هستند که به فرقه یا کلیسای مشخصی وابستگی ندارند. شواهد به‌دست آمده از چندین نظرسنجی نشان می‌دهد که اصطلاح درست‌تر در این مورد «معنویت» است و امریکائیها بیشتر «معنوی» هستند تا «مذهبی».

بر اساس گزارش مرکز ویتنام جنریشن، هفتاد درصد نسل دورۀ پرفرزندی به خدا یا «نیروی معنوی فعال مثبتی» اعتقاد دارند. و نیمی از آنان در پنج سال گذشته «معنوی»تر شده‌اند. طبق نظرسنجی یواس‌ای‌تودی در سال ۱۹۸۷، سه‌چهارم امریکاییها از نظر معنوی خود را اقناع شده احساس کردند و ۶۱ درصد این جماعت گفته بودند مذهب در زندگیشان اثر مهمی دارد. مردم می‌گویند برای درک آرامش روح و

سعادت زندگی رو به مذهب آورده‌اند.[۱۵]

ولی ظاهراً در محیط کلیسا از این مواهب نشانی نیافته‌اند. یک نظرسنجی گالوپ در سال ۱۹۸۸ نشان داد که پنجاه و نه درصد امریکائیها گله‌مندند که کلیساها یا کنیسه‌هایشان بیش از آنچه باید و شاید درگیر «مسائل تشکیلاتی خود شده‌اند تا مقولات الهی و معنوی». و افراد دانشگاه‌دیده بخصوص از این کمبود معنویت در فضای کلیساها شکوه‌ها دارند. همین نظرسنجی نشان می‌دهد که در عین از رونق افتادن بازار فرقه‌های رسمی رواج ایمان و عقیده در میان مردم رو به افزایش است.[۱۶] کلاً ۸۴ درصد امریکائیها اظهار داشته‌اند که به قدسیت عیسی مسیح معتقدند، این میزان در سال ۱۹۷۸ معادل ۷۸ درصد بوده است. در سال ۱۹۸۸، چهل و چهار درصد امریکائیها اظهار داشتند که به کلیسا یا کنیسه نمی‌روند، حال آنکه در سال ۱۹۷۸، چهل و یک درصد آنان چنین اعترافی کرده بودند. در میان این «کلیساگریزها» ـ به قول گالوپ ـ سی درصد اظهار داشته‌اند که مذهب نقشی اساسی در زندگیشان دارد و ۷۷ درصد نیز گفته‌اند که گاهی عبادتی می‌کنند.[۱۷] گالوپ که این تحقیقات را به سفارش «کنگرهٔ ۸۸» ـ کنفرانسی متشکل از ۳۵ فرقهٔ مذهبی که در اوت سال ۱۹۸۸ در شیکاگو برگذار شد[۱۸] ـ انجام داده است، نتیجه‌گیری می‌کند که «معبدگریزهای امروزی از بسیاری جهات، نسبت به دهۀ گذشته مذهبی‌تر شده‌اند.» مذهب اصلی که نگران از دست دادن مریدان و معتقدان است به تشکیل کنفرانسها و ترتیب هیئتهای تحقیقاتی از این دست پرداخته است تا توجه عموم را معطوف بازگشت به ریشه‌های انجیلی مذهب کند.

در دوره‌های تحول عمدهٔ اجتماعی، عمق احساس مذهبی بمراتب فراتر از آنی است که توسط مذهب سازمان‌یافته برانگیخته و هدایت شود.

از مذهب اصلی به مذاهب فرعی

در امریکای شمالی، مذاهب جدیدی خارج از چهارچوب یهودیت-مسیحیت در حال پاگرفتن است.

درحالی که تشکیلات مرکزی ـمذاهب اصلی و رسمی کاتولیک و پروتستان و یهودی- دستخوش تزلزل شده است، صدها فرقهٔ کوچک و غیرمتمرکز مذهبی «ساخت امریکا» اعم از بنیادگرا و غیر آن تأسیس شده و رونق یافته است.

بطور کلی همه‌ساله فرقه‌های مذهبی تازه‌ای ـاز متعبد گرفته تا متجدد- تأسیس می‌شود. ولی اخیراً شمار این فرقه‌های نوظهور سر به صدها زده و دوبرابر شده است. ضمیمهٔ چاپ دوم دایرةالمعارف مذاهب امریکایی که در سال ۱۹۸۷ چاپ شد شامل نام ۲۰۶ فرقهٔ تازه‌تأسیس بود[۱۹] که اغلبشان هم از محدودهٔ دین اصلی خارج شده‌اند: ۲۸ فرقهٔ تازه در مذاهب شرقی، ۱۹ فرقه از مذهب پنتی‌کاست (بنطیقست)، ۱۱ فرقه در میان ادونتیستها، ۱۱ فرقه از مورمونها و ۱۱ فرقهٔ تازه مشتمل بر معنویون و روحیون و عصرجدیدیها. و با همهٔ این اوصاف دکتر ج. گوردون، سردبیر این دایرةالمعارف، تخمین می‌زند که تنها در خلال سالهای ۱۹۸۷ تا ۱۹۸۹ تعداد ۴۰۰ فرقهٔ جدید مذهبی پا گرفته باشد.[۲۰]

چهار درصد جمعیت ایالات متحد امریکا مسلمان و بودایی و هندویند. گرچه بسیاری از پیروان این ادیان مهاجران هستند ولی شکی نیست که این مذاهب در بین امریکاییانِ در امریکا زاده هم طرفدارانی پیدا کرده است:

* در امریکا چهار میلیون نفر پیرو اسلام‌اند که یک‌چهارمشان سیاهپوستند. این بدان معنی است که در امریکا تعداد مسلمانان

بیش از تعداد اپیسکوپالیها است. در امریکا، یعنی جایی که پروتستانهای سفیدپوست انگلوساکسون بمراتب شناخته‌شده‌تر از «امامها» هستند، این رقم بسیار قابل توجه است.[۲۱]

* جامعهٔ مسلمانان کلرادو مشتمل بر بیش از شش‌هزار نفر است و به گزارش راکی ماونتین نیوز ممکن است تعدادشان تا ده‌هزار نفر هم برسد. در دنور، بولدر، فورت کالینز ـ گریلی و پوئبلو مساجدی وجود دارد.[۲۲]

* حداقل ششصدهزار بودایی امریکایی به دو فرقهٔ اصلی ژاپنی تعلق دارند؛ و هزاران نفر بیشتر از این رقم، بوداییهای مهاجر از آسیای جنوب شرقی هستند. ولی بر اساس گزارش کنگرهٔ امریکایی بوداییها در لوس‌آنجلس، کل شمار بوداییها در امریکای شمالی بین سه تا پنج میلیون است.[۲۳]

* در نیروهای مسلح امریکا، کشیشان بودایی به رسمیت شناخته شده‌اند.

* در ایالات متحد بیش از ۴۰ معبد هندو و بیش از پانصد سازمان مذهبی مربوط به هندوها وجود دارد و به قول دایان اک، پروفسور ادیان تطبیقی در دانشگاه هاروارد بسختی می‌توان تعداد پیروان این مذهب را تخمین زد چون بسیاری از آنها مراسم عبادی را در خانه‌هایشان انجام می‌دهند.[۲۴]

* ایل سیک سام‌چو، عضو شورای میسیون جهانی کره می‌گوید در سال ۱۹۶۵ فقط ۳۰ کلیسای کره‌ای در ایالات متحد وجود داشت. امروزه شمار این کلیساها به ۲٬۰۰۰ می‌رسد.[۲۵]

در دورانهای پرتلاطم، مردم به سوی یکی از دو قطب متضاد جذب می‌شوند، یکی بنیادگرایی است و افراط در تعصب مذهبی و دیگر مکاشفات معنوی و روحانی.

میلیونها امریکایی به تأملات یوگا و دیگر مراسم متداول در مذاهب

شرقی روی آورده‌اند.

چه آنان که رو به مکاشفات عرفانی دارند و چه مخالفان بنیادگرایشان، در اصل قضیه هر دو طالب یک چیزند: ایجاد رابطه‌ای بین زندگی محسوس روزمره با عالم غیب و ماوراءالطبیعه.

دریغا که این ارتباط ضروری نه در کلیساهای سنتی حاصل شده است و نه در مراکز پرستش علم و تکنولوژی.

اساس دعوت بنیادگرایان برگشتن است به زندگی ساده و بی‌تکلف قرون گذشته. روزگارانی که ارزشها قطعی و مشخص بود. پیروان عصر جدید راه دیگری را برگزیده‌اند؛ اینان با نفی هر قدرت ماوراءالطبیعه‌ای، از وجدان و مکاشفات درونی خود الهام می‌گیرند، کاری که احتمالاً ریشه در اشراقات مذاهب شرقی دارد و یا نشأت گرفته از اعتقاد به نیروی بالقوهٔ بشر است.

به قول یکی از پیروان عصر جدید، «شیوهٔ سنتی ارائهٔ مذاهب به گونه‌ای بوده است که هرچه کمتر با درون بشرها رابطه برقرار کرده است. مردم خواهان مواجههٔ محسوس و ملموس با معنویت (روحانیت) هستند و اکنون دارند شیوهٔ مواجهه با معنویت را می‌آموزند.»

حرفهائی که گوئی کلمه به کلمه از دهان یک مسیحی بنیادگرا درآمده است.

کار کدامین بالا گرفته است؟

گرچه بیشتر میزان رشد در بین مذاهب سنتی بنیادگرا و مذاهب اجتهادی است، ولی درصدی از نسل دوران پرفرزندی از جنگ در امریکا دوباره رو به کلیساها آورده‌اند.

مرکز تحقیقات مذهبی و اجتماعی در هارتفورد کانکتیکت، بدین نتیجه رسیده است که ۴۳ درصد این افراد که بین سالهای ۱۹۴۵ و ۱۹۵۴ به دنیا آمده‌اند، هر ماه سه یا چهار بار به کلیسا یا کنیسه می‌روند، این میزان

در دههٔ هفتاد ۳۴ درصد بوده است.[۲۶]

در منطقهٔ سان‌فرانسیسکو یک رنسانس یهودی اتفاق افتاده است.[۲۷] سان‌فرانسیسکو که مأمن ۲۲۳٬۰۰۰ یهودی است، هشتمین جامعهٔ بزرگ یهودیان کشور را تشکیل می‌دهد که بسیاری‌شان هم حاصل دوران پرفرزندی پس از جنگ جهانی دوم هستند. در این منطقه چندین روزنامهٔ یهودی، یک فستیوال فیلم، دو گروه تئاتر یهودی و پنج مرکز اجتماع مخصوص یهودیان وجود دارد. نهضت مذهبی در این منطقه حال و هوائی مشخصاً کالیفرنیایی دارد: مراسم سبت هر غروب جمعه به شیوهٔ عصر جدید، و کنیسهٔ بی‌حصاری که مراسم را در فضای باز اجرا می‌کند.

والدینی که حاصل دوران پرفرزندی پس از جنگ جهانی دوم هستند، در سیاتل بار دیگر به کلیسا رو آورده‌اند تا فرزندانشان آموزشهای مذهبی ببینند. مدرسهٔ یکشنبه در کلیسای پرسبیتری در دو سالهٔ اخیر هر سال ۲۰۰ شاگرد جدید داشته است. مدرسهٔ یکشنبهٔ کلیسای مسیحی یکهزار محصل ثبت‌نام‌شده دارد و تعداد شاگردانش در مجموع ۱۴ درصد افزایش یافته است. هرساله اسقفهای کاتولیک سیاتل هزار نوزاد بیش از نوزادان دههٔ گذشته غسل تعمید می‌دهند. جامعهٔ یهودیان هم افزایشهای مشابهی را گزارش می‌کند.[۲۸]

طبق نظرسنجی سال ۱۹۸۸ گالوپ، در ایالات متحد ۶۹ درصد والدین اصراری دارند که فرزندانشان حتماً از آموزشهای مذهبی برخوردار شوند.[۲۹]

گرچه روی آوردن نسل دورهٔ پرفرزندی به کلیسا روند رکود معابد رسمی سنتی را کاهش می‌دهد ولی کلیساهای محافظه‌کار همچنان پررونق خواهند ماند. یک‌سوم امریکاییها خودشان را مسیحیان «دوباره متولد شده» توصیف می‌کنند.[۳۰]

باپتیستهای جنوبی بنیادگرا با ۱۵ میلیون جمعیت، بزرگترین فرقهٔ پروتستان را تشکیل می‌دهند.[۳۱]

کلیساهای انجیلی در ده سالهٔ گذشته ده میلیون نفر بر تعداد اعضایشان افزوده شده است و از سال ۱۹۶۵ تاکنون هر پنج سال یک بار ۸ درصد افزایش داشته‌اند حال آنکه پروتستانهای اصلی ۵ درصد اعضایشان را از دست داده‌اند. برطبق گزارش انجمن ملی انجیلیون در واشینگتن دی‌سی حدود ۴۰ میلیون انجیلی در ایالات متحد امریکا وجود دارد.[۳۲]

بسیاری از فرقه‌های محافظه‌کار، از سال ۱۹۶۵ تعداد اعضایشان دوبرابر شده است. شاهدان یهوه از ۳۳۰٬۰۰۰ به ۷۵۲٬۰۰۰ افزایش یافت و ادونتیستهای روز هفتم از ۳۶۵٬۰۰۰ به ۶۶۶٬۰۰۰ افزایش یافت ولی انجمنهای خدا شمار اعضایش چهاربرابر شده و از ۵۷۲٬۰۰۰ نفر به ۲/۱ میلیون نفر رسیده است.[۳۳]

مبلغان پرجرأت و مؤثر نفس پانتی‌کاست (بنطیقسطی) و واعظانی که به تبلیغ عقاید بنیادگرایانه می‌پردازند به رابطه با عالم غیب و شفابخشی و قدرت تکلم به زبانهای ناآشنا و بیگانه معروفند.

در جهان حدود صد میلیونی پانتی‌کاستی وجود دارد که از آن جمله‌اند ۳/۷ میلیون نفر اعضای کلیسای خدا در (قالب) مسیح، که مرکز اصلی‌اش در ایالات متحد است و ۱۶ میلیون عضو انجمنهای خدا در سراسر جهان. تنها در ظرف ده سال، فعالیتهای تبلیغاتی اینان سه‌برابر شده است و تعداد ۲۷۷ میلیون نفر را در سراسر جهان تحت پوشش دارد.[۳۴]

مورمونهای متعصب که انجیلی‌تر از خود انجیلیون هستند، تعدادشان از حدود سه‌چهارم میلیون در سال ۱۹۴۰ به ۶/۲ میلیون رسیده است ـ که چهار میلیونشان در ایالات محد ساکنند و بقیه در کشورهای دیگر.[۳۵] تا سال ۲۰۰۰ تعداد مورمونهای خارج از امریکا از تعداد مورمونهای داخلی فراتر خواهد رفت.

مبلغان جوان مورمون که تعدادشان سی هزار نفر است ـ بیش از مبلغان هر فرقهٔ دیگر امریکایی ـ و در نود و پنج کشور و بیست منطقهٔ جهان پراکنده‌اند، در سال ۱۹۸۷ بیشترین تعداد مریدان را جذب مذهب

خود کرده‌اند.

در این مورد جای شک و تردیدی نیست که این تغییر مذهبها بدون اجر و مزدی نمی‌ماند.

حدود دوهزار کلیسای باپتیست می‌سی‌سی‌پی که هم‌اکنون ادعا می‌کنند بیش از ششصد و پنجاه هزار عضو دارند، در انجمن Bold New Growth می‌سی‌سی‌پی گرد آمده‌اند تا بتوانند اعضاء غیرفعال، افراد مجرد، مردم سالخورده، اقلیتهای نژادی و معلولان جسمانی را به خود جذب کنند.[۳۶]

بنیادگرایی و مذهب تکنولوژی برتر

مقالهٔ تازه‌ای در نشریهٔ غیررسمی ژزوئیتها به نام امریکا چنین تعریفی از بنیادگرایی ارائه داد: «حرکت ارتجاعی متعصبانه‌ای که در بین مردمی که فرهنگشان دستخوش بحرانهای اجتماعی شده است، پا می‌گیرد.»[۳۷]

مجلهٔ هیومنیست (در تعریف بنیادگرایی) از این هم تندتر رفت: «متعصّبِ متجاوز عاری از تسامح و مدارائی که اصرار دارد عقاید خود را بر دیگر افراد جامعه تحمیل کند، مکتب مصالحه‌ناپذیری که در نظرش جز سفیدی محض و سیاهی محض رنگی وجود ندارد. (مردم یا مؤمنند و یا کافر)».[۳۸]

اگر این توضیحات صحت داشته باشد چرا بنیادگرائی اینهمه مردم‌پسند است؟

در دوره‌هائی که بر اثر تحولات عمده، جامعه تکان می‌خورد و مردم چشم‌انتظار ظهور موعودند، مکتب بنیادگرائی پاسخگوی نیازهای روحی مردم است، پاسخهائی چنان قاطع که مردم را از تفکر و تصمیم‌گیری معاف می‌کند.

بارزترین جنبهٔ قدرت مشهود بنیادگرائی، استفادهٔ موثر اوست از وسایل ارتباط جمعی. لبهٔ تیز شمشیر تکنولوژی در خدمت مذهب قرار

می‌گیرد و این حربهٔ خشن بی‌نظیر، عامل موفقیت او می‌شود.

* جیمی سواگارت قبل از سقوط از اریکهٔ قدرتش، در ۱۴۰ کشور جهان و به ۱۵ زبان مختلف برنامهٔ هفتگی داشت. او ادعا می‌کرد که پیام تبلیغاتش در یک‌سوم کرهٔ زمین منتشر است. برنامه‌های تلویزیونی شبکهٔ کابلی جیم و تامی بیکر در بین دوازده میلیون خانواده نفوذ کرده بود.
* برنامه‌های تلویزیونی جری فالول را در ۱۶۹ مرکز مختلف امریکا، ششصد و ده هزار خانواده تماشا می‌کردند. درآمد حاصل از برنامه‌های تلویزیونی جری فالول در سال ۱۹۸۷، معادل ۹۱ میلیون دلار بود.
* رابرت شولِر، محبوب‌ترین مبلغ تلویزیونی انجیلیون. «کلیسای شیشه‌ای» او ده‌هزار عضو دارد و بیش از این تعداد برنامهٔ تلویزیونی او را تماشا می‌کنند.[۳۹]

یک نظرسنجی سال ۱۹۸۷ گالوپ نشان داد که ۶۳ درصد امریکائیها انجیلیون تلویزیونی را «غیرقابل اعتماد» می‌خوانند حال آنکه ۲۳ درصد آنها «قابل اعتماد» می‌دانند.[۴۰] بعد از رسواییهای جیم و تامی بیکر، سواگارت، و اورال رابرتس، انجیلیون تلویزیونی بسیاری از طرفدارانشان را از دست دادند. طبق گزارش شرکت آربیترون ریتینگز، شمار بینندگان برنامهٔ جیمی سواگارت از فوریهٔ ۱۹۸۶ تا ژوئیهٔ ۱۹۸۸ از ۲/۳ میلیون به ۸۳۶٬۰۰۰ کاهش یافت، حال آنکه شمار بینندگان جری فالول از ۷۰۰٬۰۰۰ تن به ۲۸۴٬۰۰۰ نفر کاهش یافت.[۴۱]

حتی رابرت شولر رسوانشدهٔ خوشنام هم از این آفت معاف درنرفته است. بینندگان برنامه‌های او نیز از ۲ میلیون تن به ۱/۲ میلیون کاهش یافته‌اند.

ممکن است شما خلقیات و طرز عمل این واعظان و مبلغان را

نپسندید ولی واقعیت این است که این مبلغان انجیلی در کمال موقع‌شناسی به اهمیت و تأثیر تکنولوژی عالی عصر اطلاعات پی برده‌اند و آن را به خدمت گرفته‌اند، چه برای کسب درآمد دنیوی چه به قصد ذخیرهٔ ثواب اخروی.

با توجه به قدرت تبلیغی و آموزشی تلویزیون، باید اذعان کرد که در این راه واعظان تلویزیونی از معلمان پیشی گرفته‌اند.

جنبش «عصر جدید»

ابعاد و حدود گسترش نهضت سازمان‌نیافته و غیرمتمرکز عصر جدید را به‌دشواری می‌توان مشخص کرد، چرا که نه شمار واقعی افراد پیرو آن مشخص است و نه فلسفهٔ آن روشن و قاطع. ولی قدر مسلم آنکه در هر شهر عمدهٔ امریکا و اروپا هستند هزاران تن مردمی که دور و بر کتابفروشیهای مذهبی می‌پلکند یا در محضر مرشدان زانو زده‌اند یا در حلقه‌های تبلیغاتی حاضر می‌شوند.

گرچه تعیین تعداد عصر جدیدیها مشکل است ولی پژوهشگران تخمین می‌زنند که این جماعت بین ۳ تا ۵ درصد جمعیت را تشکیل می‌دهند.[۴۲] طبق نظرسنجی مری‌لند که سالی دو بار توسط دانشگاه مری لند انجام می‌شود، شش درصد مری‌لندیها از اعضای جنبش به‌شمار می‌روند، رقمی که با کل جمعیت پروتستانها رقابت می‌کند. عصر جدیدیها که در شرق یا شهرهای ساحلی غرب یا جنوب غربی متمرکزند تعدادشان براحتی بین ۱۲ تا ۱۵ درصد جمعیت است، گرچه در حوزهٔ «کمربند انجیلی»* معدودند.

بسیاری با این نظر موافقند که جنبش عصر جدید ریشه در نیروی

* بخشهایی از ایالات متحد، خصوصا در جنوب و غرب میانه که اکثریت با پروتستانهای بنیادگراست.—م.

بالقوهٔ انسانی دارد و سر و کار با معرفتی مبهم دربارهٔ وحدت وجود و امکانات نامحدود آدمیزادگان در اصلاح انسانها و بهبود وضع جهان. در مقابل آن جماعت، یافتن کسانی که عقیدهٔ متفاوتی دارند آسان است.

کن آیر، رئیس بنیاد شمال غربی که «دورهٔ معجزات» را رهبری می‌کند می‌گوید «راه صحیح و صواب نه تغییر جهان، که تحول درونی فرد است.»[۴۳]

گروههای عصر جدید، از تعصبات مذهبی سهمی ندارند، اما بسیاری از آنان در مقولهٔ تناسخ با عقاید شرقیان همراهند، و برخلاف خدای یهودیت و مسیحیت که پدیده‌ای بکلی برتر از انسان تصویر شده است، عصر جدیدیها قویاً معتقدند که بشریت جزئی از الوهیت است. و همین مسئله است که عنان تحمل از کف بنیادگرایان می‌رباید و به پرخاش برمی‌خیزند که «تصور اینکه بشر خود بنحوی خداست، کفر محض است.» حتی بسیاری از متعصب‌ترین کتب احتجاجیهٔ مذهبی نیز حاوی این مطلب است که بشر شبیه خدا آفریده شده است.

آیا این نمی‌تواند زمینه‌ای باشد برای نوعی توافق عقیدتی؟

کانالها[۴۴]

شاید بنیادگرایان، کانالهای تلویزیونی کابلی را در اختیار داشته باشند، ولی عصر جدیدیها کانالهای ارتباط با ماوراءالطبیعه را قرق کرده‌اند، همان کسانی که حاضرند جسمشان را به عنوان مدیوم واسطهٔ انتقال پیامهای غیبی کنند و اوامر لاهوتی را به افراد ناسوتی برسانند، همان کسانی که غالباً نامشان صفحات اول جراید را اشغال می‌کند.

چارلِن پیتمن در تامپا واسطهٔ ارتباط با روح معلمی است به نام بویاد که به سال ۳۲۴ میلادی در هندوستان زاده شده است. جک پرسِل اهل سان‌فرانسیسکو که واسطه‌ای است برای ارتباط با روح «دوست راستینش لازاریس»، سالانه بیش از یک میلیون دلار از سمینارها و جلسات

مشاورتی و فروش کاستهای ویدیوئیش به جیب می‌زند.

جی. ز. نایت، زنی است که روح رامثا، یک مرد سی و پنج هزار ساله را احضار می‌کند و چنانکه معروف است، کسانی هستند که ۱۵۰۰ دلار می‌پردازند تا در جلساتش شرکت کنند.

در نظر اغلب بنیادگرایان این کارها شیطانی است، و برخی از عصر جدیدیها هم احضار روح را مورد انتقاد قرار می‌دهند. حتی معتقدان به احضار ارواح هم افرادی را که با افراط در این مقوله چنان تحت تأثیر مدیوم قرار می‌گیرند که بکلی هدف اصلی -یعنی تقویت و تربیت نیروی مکاشفه را در وجود خود- فراموش می‌کنند، مورد سرزنش قرار داده‌اند. واسطهٔ ارتباط روحی ممکن است انسانِ تشنهٔ یافتن حقیقت را به جستجوی راهبر و راهنمایی برانگیزد، ولی نبَاید انسان را از توجه به ندای درون غافل کند.

دکتر جی. گوردون ملتون، سردبیر دایرةالمعارف مذاهب امریکایی برآورد می‌کند که احتمالاً در سرتاسر کشور ۴۰۰ تا ۵۰۰ مدیوم وجود دارند که اکثرشان در نیویورک و لوس‌آنجلس و سانفرانسیسکو متمرکزند و آنان که در خارج از این مراکزند عدهٔ قابل توجهی نیستند.[۴۵]

ظاهراً دکتر ملتون برای تکمیل تحقیقاتش سری به کلرادو، نیومکزیکو، آریزونا، فلوریدا یا ویرجینیا نزده است تا ببیند فعالیتهای عصر جدیدیها چه فیضانی دارد و چه تعدادی در این نقاط به احضار ارواح و دیگر مقولات روحی مشغولند. تا سال ۱۹۸۷ فقط در منطقهٔ لوس‌آنجلس بیش از هزار عامل احضار ارواح بکار مشغول بوده‌اند.[۴۶]

عصر جدید: سیستمی کامل

مذهب تنها یک جلوه از مجموعهٔ اعتقادات معنوی عصر جدید است.

رالف وایت که در یکی از موفق‌ترین سازمانهای عصر جدید یعنی مرکز آزاد نیویورک به تدریس فلسفه اشتغال دارد می‌گوید «به نظر ما این جنبش ما را در چشم‌انداز متفاوت و دیگرگونی نسبت به زندگی قرار می‌دهد، منظره‌ای مقدس و معنوی از حیات.»[۴۷]

او می‌گوید این جنبش دربرگیرندهٔ قلمرو وسیعی است مشتمل بر بدن و ذهن و روح و حاصلش: «افزایش دقت در تغذیهٔ جسمی، جلب توجه نسبت به محیط زندگی، تغییر دیدگاه در شغل و کسب و کار... و تأکیدی هرچه بیشتر بر کشف و شهود درونی.»[۴۸]

در کلاسهای «عصر جدیدیها» مواد مختلفی تدریس می‌شود:

* مرکز «مرشدان عصر جدید» در کلیرواتر فلوریدا دوره‌ای تعلیماتی دایر کرده است با عنوان «برخورد معنوی و متافیزیکی با موفقیت در کسب و کار».
* مرکز Rainbow Reflection Light در شیکاگو کلاسهایی دارد برای تدریس احضار روح با شهریهٔ ۳۵ دلار و شما با پرداخت ۷۵ دلار می‌توانید در پنج جلسه بیاموزید که چگونه از قدرت «شفابخشی» برخوردار شوید.
* در شمارهٔ اخیر یوگا ژورنال فهرست هشتاد و شش سمینار «عصر جدید» در راهنمای استراحت و تعطیلاتش چاپ شده است.

اوپن سنتر نیویورک هر ماه دوهزار و پانصد نفر را در کلاسهای سلامت معنوی، کار جسمی، تحقیقات روحانی، مشاهدهٔ انفس و خلاقیت درونی می‌پذیرد. والتر بیب سهامدار یکی از مؤسسات حقوقی وال استریت، این مرکز را در سال ۱۹۸۴ تأسیس کرد و به قول خودش «شاگردان این کلاسها اصولاً افراد برخوردار از تحصیلات عالیه‌ای مثل خودم هستند که از زندگیشان در قلمرو فرهنگ غربی، چنانکه باید و

شاید راضی نیستند، اینان می‌خواهند با استمداد از خلاقیت و نیروی خودشان رابطهٔ معنوی عمیق‌تر و قوی‌تری با جهان برقرار کنند، بی آنکه در دام فلان «مرشد هندو» یا فلان احضارکننده یا دیگرانی از این قبیل گرفتار آیند.»[49]

انستیتو اومگا در راینبک نیویورک براساس گزارش یکی از سخنگویانش در دورهٔ تابستانی سال ۱۹۸۹ خود ۸٬۰۰۰ نفر را جذب دویست برنامهٔ مختلف کرد.[50]

انستیتو اسالن در بیگ‌سور کالیفرنیا یک مرکز اصلی امریکایی است که فعالیتهایش مربوط است به ایجاد تحولات فردی و اجتماعی. این انستیتو ۲۵ سال است که برنامه‌هائی اجرا می‌کند در زمینهٔ رشد معنوی و اخلاقی، آموزش دقت و نظم، خلاقیت ارتقاء کارآیی و فعالیتهای اجتماعی.

مایکل مورفی پس از مدتی اقامت در هندوستان این مرکز را برای مبادلات و معاوضات بین شرق و غرب در مباحث مذهبی و فلسفی تأسیس کرد، و بعداً هم دامنهٔ فعالیتهایش به همین مبادلات بین شوروی و امریکا کشید.

جامعهٔ فیندهورن در اسکاتلند که در سال ۱۹۶۲ تأسیس شد و در وهلهٔ اول با عمل آوردن محصولی قابل توجه در زمینی لم‌یزرع معروفیتی کسب کرد، امروزه مرکزی شده است برای میزبانی کنفرانسهای بین‌المللی در زمینه‌هایی از جمله تجارت و سرمایه‌گذاری. و هم‌اکنون به عنوان یکی از مراکز عصر جدید شهرتی حاصل کرده است.

گرمی بازار «عصر جدید» در شمال غرب

در ژانویهٔ سال ۱۹۸۷ در شمال غرب ایالات متحد، عصر جدیدیها و حریفان بنیادگرایشان برای بحث و مناظره‌ای در «سیاتل سنتر» گرد آمدند.

الیزابت باروز که خودش را یک صوفی مسیحی می‌نامد اعلام داشت

«عصر جدیدیها از زورگوئی بنیادگرایان مذهبی که می‌کوشند حق انتخاب دین و آزادی مطبوعات را از انسانها سلب کنند، به تنگ آمده‌اند.»[۵۱] باروز با یک مسیحی ارتدکس به نام کنستانس کامبی به محاجه برخاست در حضور هفتصد نفری که به سالن راه یافته بودند و دوهزار نفر دیگری که چون نتوانسته بودند جائی پیدا کنند، در خارج از سالن صف کشیده بودند.

فرقهٔ یونیتی (وحدت) سیاتل که تأکیدش بر صفای درونی است و تسامح مذهبی، در ظرف چهار سال تعداد اعضایش دوبرابر شده است. ادوارد ایفلر سخنگوی این فرقه می‌گوید «فرقهٔ ما واقعاً یک فرقهٔ عصر جدیدی نیست، بلکه فرقهٔ آزادیخواهی است که اجازه می‌دهد اعضایش در مذاهب دیگر نیز غور و تفحص کنند.»[۵۲] شعبه‌های این فرقه نام بیست و پنج هزار خانوار را در لیست پستی خود دارند.[۵۳]

مذهب عصر جدید؟

مذهب ملی یونیتی (وحدت) مناسب‌ترین معبدی است برای مذهب متشکلی که عصر جدیدیهای متجدد التقاطی تفنن‌پسند در آن احساس آرامش می‌کنند. این احتمالاً بزرگترین فرقهٔ خارج از قلمرو مذهب اصلی است. این مذهب که صدمین سالگرد خود را در سال ۱۹۸۹ جشن گرفت، پانصد روحانی دارد. بولتن الهام‌بخش آن که تحت عنوان دیلی‌ورد (کلام روز) منتشر می‌شود و مجلهٔ یونیتی، رویهم رفته سه میلیون تیراژ دارند.[۵۴]

مذهب یونیتی، از یدک کشیدن عنوان عصر جدید پرهیز دارد، ولی در عین حال هم عیسی مسیح را به عنوان مسیح قبول دارد و هم تناسخ را. کتاب اصلی این مذهب، انجیل است.

مذهب یونیتی مرز مشترکی است که عصر جدیدیها و بنیادگرایان را می‌تواند به هم نزدیک کند. و هیچ مطلبی در انتشارات این کلیسا به

چشم نمی‌خورد که حتی جری فالول را هم برنجاند.

تالار آوری فیشر در لینکلن سنتر، بیش از ده سال است که معبدی برای اجرای مراسم کلیسای یونیتی بوده است.[۵۵] مراسمی که هنگام اجرایش تقریباً تمام سه‌هزار صندلی تالار اشغال می‌شود.

ملتقای عصر جدید و بنیادگرایی و نبوات عهد عتیق

امروزه در معرکهٔ اشعهٔ لیزر و تکنولوژی آدمهای ماشینی (روبات)، در عصر جلسات ویدئویی احضار ارواح و عصر مواعظ تلویزیونی و ماهواره‌ای بنیادگرایان، بار دیگر عقیدهٔ باستانی «موعود منتظر» احساسات مذهبی ما را تحریک می‌کند. پیشگوئیهای هر دو دستهٔ بنیادگرایان و عصر جدیدیها که میلیونها خواننده دارد انباشته از همان تصورات آشنای موعود منتظر است.

گرچه عصر جدیدیها و بنیادگرایان عموماً از یکدیگر متنفرند ولی واقعیت این است که این دو گروه بیش از آنچه خودشان بدانند در یک راهند.

بنیادگرایان امروزین به انتظار آخرالزمانند و لهیب دوزخ و سنگهای تفته، و دقیقاً همانها که در انجیل آمده است. آخرالزمان عصر جدیدیها هم تکنولوژی باز هم پیشرفته‌تر است و گروهی به انتظار سفینه‌هائی فضائی که قبل از نزول فاجعه فرود آیند و برگزیدگان را نجات دهند.

روث مونتگمری، نویسنده‌ای که سابقاً واقعه‌نگار کاخ سفید بود و اکنون کتابهایی دربارهٔ ارواح و علوم غریبه می‌نویسد، گویا رابطه‌ای برقرار کرده است با گروهی از ارواح پاکانی که علم غیب دارند و از آینده خبر می‌دهند. این ارواح طیبه پیشگوئی کرده‌اند که در حوالی سال ۲۰۰۰ زمین «روی شاخ گاو جابجا خواهد شد»، سپس دورهٔ صلح و صفای هزار ساله‌ای فراخواهد رسید و ـ باز هم بر اساس فرمودهٔ همین ارواح ـ دجالی که هم‌اکنون متولد شده است زمام فرمانروائی جهان را

در قبضهٔ قدرت خواهد گرفت.[۵۶]

هرچه به «هزاره» نزدیکتر می‌شویم، موضوع آخرالزمان و پایان جهان روزبروز قوت بیشتری می‌گیرد. هال لیندسی واعظ در کتابش به نام زمین، سیارهٔ بزرگ مرده که بیست و پنج میلیون نسخهٔ آن در سرتاسر جهان به فروش رفته است، حوادث زمان حاضر را دقیقاً با نشانیهائی که انجیل دربارهٔ پایان کار جهان داده است منطبق می‌داند.[۵۷]

لیندسی با این پیش‌گوئی که جنگ جهانی سوم هنگامی آغاز خواهد شد که شوروی و یکی از هم‌پیمانان عربش به اسرائیل حمله کنند، می‌فرماید «به محض اینکه نبرد هرمجدّون* به اوج خود رسید و جهان در آستانهٔ نابودی قرار گرفت، درست در همان لحظه عیسای مسیح رجعت می‌کند و بشر را از مهلکهٔ خودساخته‌اش نجات می‌بخشد.»

پیش‌گوئیهائی از این دست و آن هم بوسیلهٔ اشخاصی از قبیل روث مونتگمری احضارکنندهٔ روح و هال لیندسی واعظ، سبب شده که محققان برجَسته‌ای ـ مثلاً هلیلل شوارتز که دارای درجهٔ دکترا از دانشگاه ییل است و سابقاً استاد دانشگاه برکلی کالیفرنیا بوده است و نویسندهٔ مقالهٔ جامع «آخرالزمان (اعتقاد به هزاره)»، در دایرةالمعارف مذهب، چنین نتیجه‌گیری کند که «خیلی احتمال دارد که سال ۲۰۰۰ همان آخرالزمان موعود باشد.»

آخرالزمانهای تکراری از دوران باستانی رم تا قرون مظلمه†

پیش‌گویانی چون خانم مونتگمری و لیندسی واعظ، ریشه‌هایی در

* در توراة به صحنهٔ نبرد نهایی بین خیر و شر در پایان دنیا اطلاق می‌شود.ـ م.

† قرون مُظلمه: دورهٔ بعد از سقوط امپراتوری رم تا قرن دهم میلادی، در تاریخ اروپا.ـ م.

تاریخ مذهبی دارند. از زمان اولین مسیحیان گرفته تا جنبشهای آخرالزمانی قرون وسطی، و از عصر اصلاح تا دوران شاهدان یهوه‌ی قرن بیستم، مردم در تلاش کشف این معما بوده‌اند که آخرالزمان کی فراخواهد رسید و چگونه می‌توان وقوع آن را پیش‌بینی کرد، و چه فرصتی برایشان باقی مانده است و برای استقبالش چه باید بکنند؟

حدود سال دویست میلادی، هیپولیتوس خردمند رومی، یکی از اولین گرویدگان به مسیحیت، سعی داشت معاصران خود را قانع کند که آخرالزمان در حدود سال ۵۰۰ میلادی فراخواهد رسید.[۵۸] تا آن سال روم به دست بربرها سقوط کرده و امپراتوری روم غربی متلاشی شده بود، و معدودی که پیش‌گوئی او را خوانده بودند، باور کرده بودند که نظرش درست بوده است.

در طول تاریخ، علاوه بر سالهای ۵۰۰ و ۱۰۰۰، وقوع آخرالزمان را در سالهای ۱۲۶۰ و ۱۴۲۰ و ۱۵۳۳ (پانزدهمین قرن مرگ مسیح) و ۱۸۴۳ و ۱۸۴۴ و ۱۸۴۵ و ۱۸۴۷ و ۱۸۵۱ و ۱۹۱۴ نیز پیش‌بینی کرده‌اند.[۵۹]

اما سال ۲۰۰۰ دارای اثر و اهمیت دیگری است. شاید تنها تاریخی که بتواند از این حیث با آن رقابت کند، سال ۱۰۰۰ باشد.

آخرین هزاره: سال ۱۰۰۰

درست قبل از پایان نخستین هزاره در دههٔ ۹۹۰ میلادی، بیشتر منابع گزارش دادند که در بین مردم عقیده بر این است که سال ۱۰۰۰ آخرالزمان است و پایان کار جهان.

اخیراً برخی مورخان در موضوع شیوع این اعتقاد عمومی با یکدیگر اختلاف نظر دارند. متأسفانه اندکی از آثار مکتوب رهبانان مسیحی سال ۱۰۰۰ باقی مانده است.

یکی از این اسناد، نوشتهٔ راهب اعظم فلوری بود. وی که از سال ۹۴۵

تا ۱۰۰۴ میلادی زیسته و طرفدار اصلاح دیرها بوده، می‌نویسد: «وقتی من مرد جوانی بودم، در کلیسای جامع پاریس از مستمعان موعظه‌ای بودم که از آخرالزمان خبر می‌داد. واعظ می‌گفت به محض فرارسیدن هزارمین سال میلادی، دشمن مسیح ظهور خواهد کرد و در پی آن به فاصلهٔ کوتاهی قیامت فراخواهد رسید.»[۶۰]

اما خود این راهب دانشمند هیچیک از این پیشگوئیها را باور نداشته است. او می‌نویسد «من با تمام قوا و به استناد فصولی از انجیلها و کتاب مکاشفهٔ یوحنا و صحیفهٔ دانیال نبی به مخالفت با این سخن برخاستم.»

اگرچه، برخی مورخان گفتهٔ راهب را حمل بر این کرده‌اند که می‌خواسته است از تالی فاسد نظر پیشگویان و ترسی که از پایان جهان بر خلایق مستولی بوده جلوگیری کند، خلایقی که برخلاف این راهب، غالباً مردم بیچاره و بیسوادی بوده‌اند. مسیحیت و خرافات کفرآلود دوشادوش در جامعه رایج بوده است. در همچو حال و هوائی وقتی کشیشها در مورد هزارهٔ قریب‌الوقوع موعظه کنند، مردم که می‌دیده‌اند بر اساس تقویم مسیحی چیزی به فرارسیدن هزاره باقی نمانده است، طبعاً سخن آنان را بی‌چون و چرا و اگر و امائی می‌پذیرفته‌اند.

وقتی در زمان حاضر با تکنولوژی مدرنش، عصر جدیدیها و جناح راست بنیادگرایان را می‌بینیم که همچو باورهائی دارند، دربارهٔ وحشت فراگیری که هزار سال پیش با اعتقاد به فرارسیدن هزاره دامنگیر اجداد صاف و ساده‌ترمان شده است جای تردیدی باقی می‌ماند؟

احلام سال ۱۰۰۰

در عین حال سال ۱۰۰۰ از نظر تاریخی سال برجستهٔ تعیین‌کننده‌ای است. در این سال برای اولین بار پس از (امپراتوری) روم باستان، اروپا با پناه بردن زیر لوای وحدت، سنگ‌بنای اروپای نوین را می‌گذارد. اوتوی اول در رأس جوامع بدوی اروپائی قرار می‌گیرد و به فیض

فتوحات نظامی و پیوندهای سببی، در سال ۹۶۲ میلادی به عنوان امپراتور مقدس روم تاجگذاری می‌کند و «شاه شاهان» لقب می‌گیرد.

این امپراتوری مقدس روم خود را بیش از امپراتوری روم باستان ـدر اوج قدرتش در قرن اولـ قابل تقدیس و هوادار مسیحیت می‌داند. این امپراتوری به عقیدهٔ مردم دولتی جاودانه است، نظیر همان وضعی که برای امپراتوری روم باستان معتقد بودند.

نوهٔ اوتو، اوتوی سوم که در سال ۱۰۰۰ میلادی سلطنت می‌راند، احتمالاً در مورد خرافات آخرالزمان عقیدهٔ مردم را قبول نداشت، ولی با همهٔ این احوال رفتارش به شیوهٔ شاهی بود که قائمهٔ روحانی مملکت و پیشوای مذهبی مردم است و چنان می‌زیست که گوئی هر لحظه به انتظار وعدهٔ دیدار آفریدگار است. هدف او اصلاح جهان بود بر اساس روح تعلیمات مسیح و به همین دلیل موفق شد سرزمینهای اسلاوی تازه مسیحی شده را از طریق دوستی با رهبری لهستانی تحت حکومت خود درآورد نه با توسل به جنگ و فتوحات جنگی. سرانجام با مرگ اوتو در سال ۱۰۰۲ و در سن بیست و دو سالگی، آن آرزوها و این احلام مربوط به سال ۱۰۰۰ تحقق‌نیافته باقی ماند.

در همان دوره‌ای که وحشت و اوهام عمومی از پایان گرفتن کار جهان اوج گرفته بود، بزرگترین پیشوای زمانه در کار ساختن قدرت اروپائی مسلطی بود که هزار سال دوام آورد. اسکار هالکی، نویسندهٔ *هزارهٔ اروپا* دربارهٔ «احلام سال ۱۰۰۰» می‌گوید «مشکلاتی که اوتوی سوم آنچنان مشتاقانه درصدد رفعشان بود، همان مشکلاتی است که حتی امروزه هم بر سرنوشت کشورها و ملل اروپای مرکزی تأثیرگذار است.» وی معتقد است که گرچه آن کوششها به شکست انجامید اما تأثیرش بر نسلهای آینده ادامه داشت.[۶۱]

هنگامی که اتحاد شوروی هزارمین سال ورود مسیحیت به روسیه را در سال ۱۹۸۷ جشن گرفت، بذرهائی پاشیده شد که سرانجام در دوران گلاسنوست با تعدیل و نرم‌کردن موضع رهبران حکومت در مقابل

مذهب به حاصل نشست.

در سال ۱۹۸۸ اتحاد جماهیر شوروی اجازه داد کلیسای ارتدکس روسیه، صدهزار انجیل در اتحاد جماهیر شوروی منتشر کند و اجازهٔ ورود بیش از یک میلیون نسخه انجیل را هم صادر کرد. این یک میلیون، صد و پنجاه هزار دورهٔ سه‌جلدی آموزش انجیل و پنج هزار دورهٔ پانزده‌جلدی تفسیر انجیل را هم شامل می‌شد. طبق برآورد پل لوسی شوروی‌شناس، حداقل سی درصد از جمعیت دویست و هشتاد میلیونی شوروی اهل اعتقاد و ایمانند. در سال ۱۹۸۹، میخائیل گورباچف با اعتراف به این مسئله که خودش غسل تعمید داده شده است، جهانی را شگفت‌زده کرد و پرزیدنت جرج بوش هم با دم‌زدن از اتحاد دوبارهٔ اروپای غربی و شرقی.[۶۲]

مذهب اصلی: همگامی و پیشی گرفتن

مذاهب اصلی نیز از توفیقی که نصیب فرق غیرمتعصب شده است، چندان بی‌بهره نمانده‌اند.

با توجه به اصول تحولات، علنی شدن جاذبه‌های عقیدتی، توسل به تلویزیون برای مباحث مذهبی، تشکیل گروههای دعا و تحقیق دربارهٔ انجیل و توجه به مسائل روحانی، اگرچه به سبک و شیوه‌ای متفاوت اجرا می‌شود، باز هم حاصلش این است که بار دیگر مذاهب کاتولیک و پروتستان و یهودیت خود را در معرض توجه جهانیان قرار دهند.

به گفتهٔ سردبیر آمار مردم‌شناسی امریکا، براد ادموندسون، تمام فرق عمدهٔ پروتستان دفتری برای مطالعه در آمار و پژوهشهای رسمی جمعیت‌شناسی تأسیس کرده‌اند. پرسبیترینها مردم را دعوت به بازگشت به ریشه‌های انجیلی خود کرده‌اند. مجمع عمومی اتحاد پرسبیترین در لوئیس‌ویل کنتاکی، یک برنامهٔ پنج‌سالهٔ انجیلی تهیه کرده است به اسم «پیش‌درآمد ۹۵» که از سال ۱۹۹۰ قرار است اجرا شود. بیست و دو فرقه

از سی و پنج فرقهٔ مسیحی شرکت‌کننده در «کنگرهٔ۸۸» هزینهٔ نظرسنجی اواسط سال ۱۹۸۸ گالوپ را تأمین کردند؛ تمامی این فرقه‌ها، جلسهٔ گردهمایی‌شان را فستیوالی انجیلی نامیدند که نمایانگر توجه آنان به تحولات زمانه است.[۶۳]

کاتولیکها و اپیسکوپالهای نظرکرده

تسامح و مدارای کلیسای کاتولیک در مقابل دعوی کشف و کرامات نظرکردگانی که حتی باپتیستهای جنوبی را هم روسفید کرده‌اند شاهدی است بر نفوذ انجیلی.

ده میلیون کاتولیک امریکایی -یعنی در حدود یک‌پنجم مجموعشان- خود را نظرکرده یا پنتی‌کاست می‌دانند، و کلیسای کاتولیک هم به دلیل اشتیاقی که به جذب مریدان بیشتر دارد (وگرچه مختصر انحرافاتی هم داشته باشند) آنان را زیر بال خود گرفته است، این جماعت «نظرکرده»ها بر رابطهٔ خاصشان با عیسی مسیح اصرار دارند.

گروههای نظرکردگان دعاخوان در فیلادلفیا، کنفرانسهای خاصی برای کشیشهای نظرکرده و معتکفان کلیسایشان تشکیل می‌دهند و در ژوئن سال ۱۹۸۸ تعداد ۱۳۰ کشیش جذب این مراسم شدند و اجتماع سالانهٔ نظرکردگان ۵٬۰۰۰ نفر شرکت‌کننده داشت. تنها در فیلادلفیا ۱۶۶ گروه از دعاخوانان نظرکردهٔ کاتولیک وجود دارد.[۶۴]

یکی دیگر از مراکز جنبش نظرکردگی، دارین در کانکتیکت است، در محوطهٔ کلیسای سنت‌پال که منبع الهام کتاب معجزه در دارین است در توصیف کرامات نظرکردگان آنجا. حدود هزار نفر در نوبتهای چهارگانهٔ مراسم این کلیسا شرکت می‌کنند و این مجمع در نظر دارد بر وسعت فضا و امکانات خود بیفزاید. در دارین، چهل گروه انجیل‌خوان وجود دارد.

جنبش نظرکردگی نیاز شدید مردم را به هیجانات مذهبی اقناع

می‌کند.

کلیسای اپیسکوپال ترورو در فیرفاکس ویرجینیا، کلیسایی نظرکرده است با حدود سه‌هزار عضو. این کلیسا مجالس دعاخوانی و شفابخشی و گروههای تلاوت انجیل دارد و مدعی «موهبت خاص الهی» است و کرامات بی‌شمار نظرکردگان.[۶۶] (کلیسای) فیث الایو، در یورک پنسیلوانیا سالانه صد جلسه «خودسازی پایان هفته» برگذار می‌کند. ورود به این جلسات که با همکاری کلیسای اپیسکوپال برگذار می‌شود برای اعضاء دیگر فرقه‌ها نیز آزاد است، و در این جلسات «خودسازی آخر هفته»، از مردم دعوت می‌شود تا دربارهٔ مکاشفات و الهاماتی که در زندگیشان داشته‌اند داد سخن دهند.[۶۷]

بکارگیری تکنولوژی توسط مذاهب اصلی

مذاهب و فرقه‌های اصلی سنتی نیز وارد معرکهٔ الکترونیکی شده‌اند. «شبکهٔ ملی مسیحیت» در کوکوای فلوریدا بیست و چهارساعته برنامه دارد و پیامش به ۲ میلیون خانواده از طریق ماهواره و پنج تا شش میلیون خانواده از طریق کابل می‌رسد. استفاده از این فرستنده برای مذاهب کاتولیک و پروتستان و یهودیت آزاد است. برنامه‌های این فرستنده بیشتر مشتمل بر تفسیر و آموزش انجیل است؛ و توجه چندانی به مادیات و گردآوری اعانات ندارد.

فورت لودردیل فلوریدا، مقر شبکهٔ ماهواره‌ای بین‌المذاهب است و این شبکه‌ای کابلی است که برنامه‌هایش مشتمل است بر موعظه، موسیقی، فیلمهای مذهبی مختلف و برنامه‌هایی دربارهٔ مسائل اجتماعی. در تنظیم برنامه‌های این شبکه مذاهب و فرق ذیل شرکت دارند: ادونتیستهای روز هفتم، اپیسکوپالها، ارتدکسهای یونانی، منانیها، کاتولیکهای رومی، پرسبیترینها و همچنین مذهب تجدیدنظر شدهٔ لوتری انجیلی امریکا.

دِ فِیث چنل (کانال ایمان) شبکهٔ کابلی بیست و چهار ساعته‌ای است که مرکزش در لوئیس‌ویل کنتاکی است و علی‌رغم کانالهای مذهبی معهود که تنها یک مذهب را تبلیغ می‌کنند این کانال نمایندهٔ ۷۵ درصد فرقه‌های مسیحی شهر است از جمله باپتیستهای جنوبی، کاتولیکهای رومی و یهودیان. به گفتهٔ عالیجناب بن آرمسترانگ، نظیر این تلویزیون بین‌المذاهبی می‌تواند در شهرهای دیگر هم ایجاد شود. بن آرمسترانگ مدیرعامل «پخش مذهبی ملی»، است، سازمانی که ۱٬۳۰۰ ایستگاه تلویزیونی عضویت آن را دارند ولی خود او مدعی است که «باپتیستها و کاتولیکها چندان تمایلی به همزیستی با یکدیگر ـیا حداقل همکاری روی یک پروژهٔ واحدـ ندارند.»[۶۸]

شبکهٔ تلویزیونی اترنال وُرد (کلام جاودان) (EWTN) متعلق به مادر مری آنجلیکا، در بیرمنگام آلاباما، تنها شبکهٔ ماهواره‌ای و کابلی کاتولیکی در جهان است.

مادر مری به مزاح می‌گوید: «صومعه‌ای کاتولیکی درست در میان کمربندی باپتیستی! می‌توانید تصورش را بکنید؟ نکند خدا هم شوخی‌اش گرفته است؟»[۶۹]

شبکهٔ کلام جاودان در سال ۱۹۸۱ کارش را با دویست دلار سرمایه آغاز کرد و اکنون برنامه‌هایش در ۴۵ ایالت پخش می‌شود، و دوازده میلیون خانواده بیننده دارد. تنها دو بار در هفته و هر بار هم فقط حدود سه دقیقه مادر مری آنجلیکا از مردم درخواست کمک می‌کند.

بازاریابی مذاهب اصلی رسمی

مشاوران کلیساها پیشنهاد می‌کنند که به منظور ترغیب و جذب افراد به سوی کلیساها، از شیوه‌ها و طرق بازاریابی تجاری استفاده شود.

جک سیمز، کشیش سابق و مشاور مذهبی در پلاسنتای کالیفرنیا می‌گوید: «کلیساها باید خودشان را با زمان وفق دهند و اگر می‌خواهند

نسل دورهٔ پرفرزندی را جذب کنند به شگردهای بازاریابی دست بزنند. فکر می‌کنم که اگر کلیساها سه تغییر ساده را بپذیرند می‌توانند در عرض یک ماه، ۵ تا ۱۰ میلیون «بچهٔ نسل پرفرزندی را دوباره جذب کنند.»[۷۰]

سه تغییر عمدهٔ سیمز عبارتند از: (۱) تبلیغ کردن، تا مردم بدانند که کلیساها کجا هستند، (۲) توجه به تولید درآمد مثلاً تأسیس باشگاههای اجتماعی یا کودکستانها، (۳) خوشرویی و خوش‌برخوردی با مراجعان تازه ـ یعنی ایجاد رابطهٔ خوب با مشتری.

اخیراً مقاله‌ای منتشر شد در مجلهٔ آمار جمعیت‌شناسی امریکا با این مضمون که «خدا، شاید نمرده باشد ولی بازار جذب عوام راکد است.» سازمانهای مذهبی امریکا به جستجوی بازار تازه‌ای برآمده‌اند، درست همانطوری که دیگر صنایع و مراکز خدماتی چنین کرده‌اند.»

پیشنهادهای جک سیمز در کلیسای کامیونیتی ویلوکریک در ایلینویز به صورت یک اصل مسلم مقبول افتاده است. این کلیسا دومین کلیسای بزرگ پروتستان در ایالات متحد است و هر هفته دوازده‌هزار نفر در مجتمع ساختمانی پانزده میلیون دلاری این کلیسا در مراسم مذهبی شرکت می‌کنند. در این مجتمع برنامه‌هایی چون موسیقی راک مسیحی و نمایشی سمعی و بصری اجرا می‌شود. کشیش بیل هایبلز در سال ۱۹۷۵ از مردم دور و برش نظرخواهی کرد تا ببینند مردم واقعاً از کلیسا چه انتظاراتی دارند. اکنون انتظاراتشان برآورده شده است.[۷۱]

او می‌گوید: «ما تصمیم گرفتیم در هر موردی به میل دل مشتریانمان رفتار کنیم جز در مواردی که با نص انجیل متناقض است.»

داغ‌ترین و پررونق‌ترین شیوهٔ بازاریابی برای کلیساها بازاریابی از راه دور است. ممکن است این امر باورکردنی نباشد ولی به گفتهٔ نورمن وان در خلال سال ۱۹۸۶ و بهار ۱۹۸۹، دوهزار کلیسای جدید متعلق به بیش از نود فرقهٔ مذهبی برای استفاده از این شیوه هجوم آوردند. نورمن وان، متخصص بازاریابی راه دور و مؤسس سازمان بین‌المللی توسعه و رشد کلیسا و مبتکر راهنمای بازاریابی راه دور به اسم «تلفن، شما را

می‌خواهد»» می‌باشد.[۷۲]

کلیسایی در هانتینگتون بیچ کالیفرنیا در اولین مراسمی که بعد از استفاده از راهنماییهای وان برپا کرد تعداد ۵۰۲ نفر بر مشتریانش افزوده شد و کلیسای دیگری در والاس تگزاس، ۴۰۰ نفر.

کار او اساساً برپایهٔ قانون بازاریابی پستی «یکی از صد تا» است. او برای دعوت به اولین مراسم مذهبی فلان کلیسای جدیدالتأسیس معمولاً بیست‌هزار مکالمهٔ تلفنی انجام می‌دهد و به دنبالش هم مکاتبهٔ پستی، و در نتیجه دویست نفری حاضر می‌شوند، و هفتهٔ بعد هم بطور متوسط ۱۲۵ نفرشان به حضور خود ادامه می‌دهند.

معمولاً برای دایر نگاه داشتن یک کلیسای کوچک و راضی کردن کشیشش، صد نفر کفایت می‌کند. ولی دکتر سی پیتر واگنر از مراکز الهیات فولر که شیوهٔ بازاریابی وان را به ۵۰ فرقهٔ مذهبی عرضه کرده است می‌گوید حدود نیمی از کلیساهای پروتستان امریکا مراسمشان را با حضور ۷۵ نفر یا اندکی کمتر برگذار می‌کنند.

دکتر واگنر کارش منحصر به تدریس نظریهٔ رشد کلیسا در مرکز فولر بود که به قول خودش «سر و کلهٔ نورمن وان پیدا شد. او واقعاً اعجوبه‌ای است. ما به کمک او به توفیق بی‌سابقه‌ای دست یافتیم و اکنون شیوهٔ بازاریابی او را به کلیساهای جدیدالتأسیس توصیه می‌کنیم.»[۷۳]

نورمن وان هنگامی که به عنوان مدیر برنامه‌ریزی کلیسائی برای «کلیسای دوستان» جنوب غرب، که شعبهٔ انجیلی فرقهٔ کوئیکر در ویتیر کالیفرنیاست ـ کار می‌کرد به اتفاق همکارانش شش کلیسا را در کالیفرنیای جنوبی و آریزونا راه‌اندازی کردند. کلیسای Aboite United Methodist در فورت وین ایندیانا یکی از اولین نمونه‌های توفیق شیوهٔ بازاریابی در خارج از فرقهٔ کوئیکر بود که در اولین مراسم مذهبیش در روز ششم دسامبر سال ۱۹۸۷ موفق شد ۲۶۴ نفر را به کلیسا بکشاند. اکنون هر یکشنبه دو بار مراسم دارد و در هر مراسم مذهبیش بیش از دویست نفر

شرکت می‌کنند.

وان درصدد نفوذ در دیگر فرقه‌های مذهبی است و در این راه توفیقاتی هم داشته است. او می‌گوید: «اگر کلیساهای اصلی حاضر باشند به حرف ما گوش بدهند، ما می‌توانیم کمکشان کنیم» و می‌افزاید «ما یقین داریم با توفیقاتی که تاکنون داشته‌ایم تا سال ۲۰۰۰ خواهیم توانست به هدفمان که راه‌اندازی صدهزار کلیساست برسیم.»

یکی از عللی که باعث شده کلیساهای بزرگ سنتی از اواسط دهۀ ۱۹۶۰، شمار کثیری از اعضایشان را از دست بدهند این است که کلیساهای کوچک و مستقل می‌توانند مراسم مذهبی خودشان را با خواسته‌های کلیساروندگان وفق دهند و به عبارتی دیگر رابطۀ نزدیکتری با «مشتری» برقرار کنند.

مشاور مذهبی، جک سیمز، می‌گوید: «مسئلۀ مذهب در امریکای امروزه دیگر مسئلۀ بیکر یا سواگارت یا رابرتس یا رابرتسون نیست، مسئلۀ اصلی مذهب عبارتست از صدقات سالخوردگان، کاهش درآمدها، سقوط سهام و نوسانات بازار.»[۷۴]

مصرف‌کنندۀ هزاره:
نشانه‌های اقتصادی یک تجدید حیات مذهبی

صرف نظر از خدا و مذهب، بنیادگرایان و عصرجدیدیها در مورد دیگری نیز با هم اشتراک دارند و آن مشتری و مصرف‌کننده بودن هر دو گروه برای کالاهای پرخریداری از قبیل کتابها و نوارهای موسیقی و کاستهای ویدئویی مذهبی است.

شصت میلیون فرد بالغی که خود را «مسیحیان دوباره زاده‌شده» به حساب می‌آورند، چنان رغبتی به خرید این متاعها دارند که بسختی می‌توان پاسخگوی شور و شوقشان بود، گرچه ظاهراً بازار فروش کتاب، در این زمینه با مشکلی روبرو نیست؛ در سال ۱۹۷۵ «اتحادیۀ

کتابفروشان مسیحی» کمتر از دوهزار عضو داشت. امروزه تعداد این اعضا به سه‌هزار رسیده است و علاوه بر آن بنا به تخمین همین اتحادیه، دوهزار کتابفروشی غیرعضو نیز وجود دارد. کار کتابفروشان مذهبی رونق گرفته است و کل فروش سال ۱۹۸۷ درحدود ۱/۵ میلیارد دلار بود. میانگین فروش هر کتابفروش از ۱۵۰٬۰۰۰ در سال ۱۹۸۰ به ۲۵۷٬۰۰۰ دلار در سال ۱۹۸۷ افزایش یافت. و بازار فروش سالانهٔ «کالاهای مذهبی» ـنوارهای ویدیو، موسیقی، هدایا و کتابـ درحدود سه میلیارد دلار است.[۷۵]

«مرکز ملودی مقدس» (Sacred Melody) در سیراکیوز نیویورک چیزی بیش از یک فروشگاه معمولی است. این فروشگاه یک‌جریبی که سابقاً دراگ‌استور بود، اکنون به عرضهٔ کالاهای مذهبی اختصاص دارد، از قبیل کتاب و انجیل و دفترچه‌های ازدواج و دیسک و کتابچه‌های موسیقی و فنجانهای قهوه و نوارهای ویدیو و عروسکهای انجیل‌خوان. فروش سالانهٔ این مرکز به ۱/۶ میلیون دلار رسیده است.[۷۶]

به نظر می‌رسد که این بازار تعطیل‌بردار نباشد. بیش از یک میلیون از نوارهای ویدیویی که کمپانی هاناـباربرا به صورت کارتون از داستانهای انجیل برای کودکان ساخته بود، در اولین سال عرضه به فروش رفت و ۲۰ میلیون دلار برای این شرکت درآمد آورد.[۷۷]

رونق معماری در فلوریدای مرکزی

در ایالت فلوریدا، تجدید حیات مذهبی باعث رونق گرفتن کلیساسازی شده است. بیش از چهارصد کلیسای موجود در فلوریدای مرکزی تکافوی تقاضای مؤمنان را نمی‌کنند. ادوارد توماس، یک معمار اورلاندویی که شرکتش نقشه‌های بیش از دویست کلیسای فلوریدا را تهیه کرده است می‌گوید «ما آنقدر سریع رشد می‌کنیم که دیگر کلیساها گنجایشمان را ندارند.»[۷۸]

بیل مار، کشیشی از کلیسای اولین باپتیست اوویدو، که اخیرا یک مجتمع ۱/۸ میلیون دلاری با ظرفیت هشتصد نفر ساخته است می گوید: «مجبور شده بودیم مردم را در اتاقهای جداگانه‌ای جا دهیم و مراسم را از طریق تلویزیونهای مداربسته برایشان پخش کنیم.»

کلیساهای معظم امروزی زمین تا آسمان با بناهای سادهٔ روزگاران گذشته تفاوت دارند.

مجموعهٔ چهارده میلیون دلاری کلیسای «اولین باپتیست اورلاندو» گنجایش ۱۰۰ نفر را دارد. کلیسای کارپنترز هوم که سابقاً «انجمن الهی لیک‌لند» بوده است، اخیراً یک مجموعهٔ ده‌هزار نفری افتتاح کرده است. مجموعهٔ بیست میلیون دلاری انجمن کالواری در اورلاندو گنجایش ۵٬۰۰۰ نفر را دارد و با ۲۲ اتاق برای کودکستان، ۲۵ کلاس درس و یک استودیوی تلویزیونی و اتاقهای مخصوص تمرین گروه کر و ارکستر و محراب ازدواج و فروشگاه کتاب و اتاق نیایش و دو پلکان متحرک، مجموعه‌ای کامل است. در ظرف پنج سال تعداد اعضای این انجمن از دوهزار نفر به شش‌هزار نفر رسیده است.[۷۹]

بازاریابی عصر جدید

اگر آمار پراکنده‌ای را که از این‌سو و آن‌سو در دست است مد نظر قرار دهیم تعداد عصر جدیدیها رقم قابل ملاحظه‌ای شاید درحدود ده یا دوازده میلیون نفر باشد. به فرض آنکه ۲۰ میلیون نفر هم باشند، باز تعداد بنیادگرایان ۶۰ میلیون نفر است و بمراتب بیش از آنها. اما اگر اهل بازاریابی برای کالایتان هستید از تعداد کم عصر جدیدیها نگران نشوید، که عموماً ثروتمندند. ۹۵ درصد خوانندگان مجلهٔ عصر جدید تحصیلکردهٔ دانشگاهند و درآمد خانوادگیشان بطور متوسط ۴۷٬۵۰۰ دلار است.[۸۰]

عصر جدیدیها نمایندهٔ غنی‌ترین، تحصیلکرده‌ترین و موفق‌ترین بخش نسل دورهٔ پرفرزندی هستند.

علاوه بر آن تأثیرشان بر فرهنگ جامعه محدود به تعدادشان نیست و به قول جان گارِت از SRI International's Values & Lifestyle (VALS) Program «این گروه معمولاً جهت گرایشهای اجتماعی را در امریکا تعیین می‌کنند.»

آنچه زمانی جزو افکار و احلام عصر جدیدیها بحساب می‌آمد بنحو روزافزونی تبدیل به اعتقادات عمومی جامعه می‌شود. دوسوم امریکاییها می‌گویند که حس ششم را تجربه کرده‌اند و ۴۲ درصد مدعی‌اند که «با اموات تماس» داشته‌اند. این آمار طبق گزارش شورای تحقیقات آراء عمومی دانشگاه شیکاگو است و جالب اینجاست که در سال ۱۹۷۳ این آمار به ترتیب ۵۸ درصد و ۲۷ درصد بوده است.

نیمهٔ بالای چهل‌سالگان نسل دورهٔ پرفرزندی طبق گزارش VALS اهل کشف و شهودند و مدعی الهام قلبی. به گفتهٔ گارت از SRI، «آنها توجهی به مذاهب موجود ندارند، خودشان مذهب تازه‌ای ابداع کرده‌اند ـنوعی مذهب عصر جدیدیـ که مبتنی بر الهامات قلبی است.»

شیوهٔ تفکر عصر جدیدیها سبب پیدایش پدیدهٔ نوینی در عالم انتشارات شده است. تعداد کتابها و مجلاتی که به مباحث این «نامذهب» می‌پردازند افزونی گرفته است. و نشریاتی چون واقعیتهای جدید، یوگا ژورنال، ژورنال شرق و غرب و ژورنال عصر جدید در سراسر کشور خواننده دارند.[۸۱]

ژورنال عصر جدید به ادعای خودش «مجله‌ای است که خوانندگانش را در جریان تازه‌ترین تحولات وافکار از جمله عصارهٔ افکار شرق و غرب می‌گذارد و... به ثبت و اعلام نحوهٔ کوشش هزاران متفکری می‌پردازد که برای ساختن جهانی هماهنگ و متوازن در طریق تحقق آرامش درونی و معنوی بشرها گام برمی‌دارند و خیرخواه خویش و دیگرانند و می‌کوشند امکانات و استعدادهای خود را صرف کمک به دیگران کنند و مردم را در حفظ سلامت جسم و روحشان و لذت بردن از روابط معقول خانوادگی و محیط کارشان یاری دهند.»[۸۲]

در سال ۱۹۸۳ تیراژ این مجله ۵۰٬۰۰۰ نسخه بود و در سال ۱۹۸۹ به ۱۶۵٬۰۰۰ نسخه رسید.

اولین کتاب راهنمای سال عصر جدید، فهرست بیش از ۴۵۰ عنوان کتاب را از «تحقیقی در معجزات» گرفته تا «مطالعات مربوط به زن» مشتمل است. اکنون چاپ دوم همین کتاب که از ۲۰۰ صفحه به ۲۶۰ صفحه افزایش یافته بود تماماً به فروش رسیده است.[۸۳]

موقعیتهای بازاریابی عصر جدید از انتشارات سوفیا تاریلا علاوه بر معرفی ۴۵۶ جلد انتشارات عصر جدید مشتمل بر فهرستی است مرکب از مجموع ۷٬۰۰۰ نام از ناشران و توزیع‌کنندگان، رسانه‌های الکترونیکی و خرده‌فروشان.[۸۴]

در اغلب شهرهای بزرگ شعبهٔ محلی انتشارات عصر جدید دایر است، مثلاً پت ویز در واشینگتن دی‌سی، روح آزاد در نیویورک‌سیتی، ال. ا. لایو در لوس‌آنجلس و نیوتگزاس در آستین.

* انتشارات بودی تری در غرب لوس‌آنجلس سی‌هزار کتاب عصر جدیدی عرضه کرده است.[۸۵]
* فهرست کتابهای «عصر جدیدی» انتشارات بانتام در ظرف ده سال گذشته ده‌برابر شده است.[۸۶]
* اتحادیهٔ ناشران و فروشندگان «عصر جدید» که رسماً در ژوئن سال ۱۹۸۷ و با تنها سی عضو بوجود آمد اکنون حدود ۴۰۰ عضو دارد.
* به گزارش اتحادیهٔ ناشران و فروشندگان عصر جدید، در خلال سالهای ۱۹۸۵ تا ۱۹۸۹ شمار کتابفروشیهای عصر جدید دوبرابر شد و به ۴٬۰۰۰ باب رسید.[۸۷]
* شرکت لینگرام بوک یکی از توزیع‌کنندگان عمده، در اواخر سال ۱۹۸۷، کاتالوگی با دوهزار عنوان کتاب به نام «کاتالوگ عصر جدید» ارائه‌داد و شش‌ماه‌بعد شاهد ۲۰٪افزایش فروش بود.[۸۸]

اکنون کل میزان فروش سالیانهٔ انتشارات مربوط به «عصر جدید» از ۱۰۰ میلیون دلار تجاوز می‌کند. صفحات عصر جدیدی سالیانه پنجاه میلیون دلار فروش دارد. نوارهای ضبط‌صوت و ویدئویی ورزش ذهنی و امثال آن سالانه سیصد میلیون دلار درآمد دارند.[۸۹]

«عصر جدید» و شرکتها[۹۰]

شرکتها سالانه رقمی حدود چهار میلیارد دلار صرف مشاوران عصر جدیدی می‌کنند. کالیفرنیا بیزینس با تحقیق و بررسی در مورد پانصد کمپانی بدین نتیجه رسید که بیش از پنجاه درصد این کمپانیها از شیوه‌های «ارتقاء حافظه» استفاده کرده بودند. کمپانیهای «پروکتر و گمبل»، «تی آر دبلیو»، «فورد موتور» AT&T، آی‌بی‌ام، و جنرال‌موتورز، همهٔ مربیان و آموزش‌دهندگان عصر جدیدی استخدام کرده‌اند.

گذراندن دورهٔ آموزش کرون (krone) ـ یک شیوهٔ آموزش عصر جدیدی ـ که برای تمام ۶۷٬۰۰۰ کارمند پاسیفیک بل کالیفرنیا اجباری شده بود با اعتراضات فراوانی مواجه شد و بالاخره مسئله به دادگاه احاله شد.

وقتی در برنامه‌هایمان اعتقادات مذهبی را که جنبه‌ای شخصی و خصوصی دارد با کار و فعالیتهائی که غالباً جنبهٔ اجتماعی و عمومی دارد درهم آمیزیم احتمال بسیاری وجود دارد که مردم احساس کنند به حریم خصوصی‌شان تجاوز شده است. با اینهمه اگر در نفوذ شیوهٔ تفکر عصر جدیدی در مجامعِ بالای مؤسسات بازرگانی امریکا تردیدی دارید به این خبر توجه کنید: برنامهٔ درس «ابتکار در تجارت» مدرسهٔ عالی بازرگانی دانشگاه استانفورد که مایکل رِی استاد آن است مشتمل است بر: تأمل و مکاشفه، اوراد و اذکار، بعلاوهٔ یوگا، زِن و فال‌گیری با ورق.

هزاره، استعاره‌ای برای آینده

تجدید حیات مذهبی، به گفتهٔ الهی‌شناس، هاروی کاکس، «پدیده‌ای جهانی است که با پیچیدگیهای تجدد، بی‌ارتباط نیست.» او همچنین معتقد است که تجدید حیات مذهبی ناقض این عقیده است که «علم گره‌گشای همهٔ مشکلات بشر است.»[۹۱] عقیده‌ای محصول دوران انقلاب صنعتی و پی بردن به قدرت تکنولوژی. علم و تکنولوژی هرگاه برای مقاصد خیرخواهانه مورد استفاده قرار می‌گرفت، قدرتها و تواناییهای خداگونه‌ای به بشر می‌داد. با فرارسیدن عصر صنعت «شور ترقی‌خواهی» و این تصور که پیشرفت دامنهٔ علوم باعث تعالی و بهبود زندگی خواهد شد در جامعهٔ بشری پا گرفت.[۹۲]

به گفتهٔ دانیل بل، پروفسور دانشگاه هاروارد «از عهد ولتر تا مارکس تمامی متفکران عصر روشنگری معتقد بودند که در قرن بیستم، مذهب کاملاً محو و نابود خواهد شد چون مذهب چیزی جز اعتقاد به ارواح و خرافه‌پرستی و ترس از موهومات نبود.»[۹۳]

ولی برعکس، در قرن حاضر به چشم خود دیده‌ایم که چگونه شور ترقی‌خواهی در مقابل «رجعت ایمان» عقب‌نشینی کرد. با تجدید حیات مذهبی که مشخصاً تکیه بر ارزش هیجانات عاطفی غیرمنطقی دارد، کار پرستش علم و خرد تا حد زیادی به فراموشی سپرده شده است.

ولی این تغییر و تحول وقتی بوجود آمد که ما از نظر معنویات کاملاً سقوط کرده بودیم. فرضیهٔ اساسی شور ترقی‌خواهی آن بود که بشریت قدرت تکنولوژیکی را در خدمت زندگی بکار خواهد گرفت نه نابودی آن. ولی قرن بیستم شاهد درهم‌ریختن این فرضیه بود. کشتارهای وحشیانه در سنگرهای جنگ اول جهانی مردم را متوجه قدرت بشر کرد در امحاء و نابود کردن خودش. وقتی مسلم شد که تکنولوژی می‌تواند آفرینندهٔ چگونه جهنمی باشد، شور ترقی‌خواهی در مردم فرونشست.

سیر وقایع در بخش اعظمی از قرن بیستم نشان داد که شرارت

اهریمنی احتمال موفقیتش بمراتب بیش از خیر اهورائی است؛ سالهای پس از جنگ اول جهانی هم نتوانست از بدبینیها بکاهد. استبداد و سرکوبی که با ظهور نازیسم و رشد کمونیسم همراه بود، و سرانجام وقوع جنگ دوم جهانی و اختراع سلاحهای هسته‌ای نشان داد که واهمه‌ها و ترسها بیهوده نبوده است. و اکنون همهٔ ابزار فنای خویشتن در دسترس بشریت است و با توجه به سابقهٔ اعمال آدمیزادگان چه تضمینی می‌توان داد که به اعدام دسته‌جمعی خود اقدام نکنند؟

نوعی ادبیات جدید «حرمان شهر»ی در مقابل «آرمان شهر»ی پدید آمد که بشریت را در صورت ادامه دادن راه فعلیش به آیندهٔ وحشتناکی وعده می‌داد. نمونه‌هایش: دنیای قشنگ نو نوشتهٔ آلدوس هاکسلی است (۱۹۳۲)، و کتاب ۱۹۸۴ جرج اورول (۱۹۴۹). فیلمهائی «حرمان شهر»ی از قبیل متروپولیس (۱۹۲۶) و عصر جدید (۱۹۳۶) نیز به توصیف بشریتی پرداخت که مغلوب تکنولوژی است و محکوم سرکوبهای سیاسی.[۹۴]

فرو ریختن کاخ افسانه‌ای ترقی‌خواهی، باعث تجدیدنظری عمده در شیوهٔ نگارش تاریخ شد:

۱انحطاط غرب نوشتهٔ اسوالد اشپنگلر مجموعه‌ای دوجلدی و هزار صفحه‌ای است با تحلیل تیره و تاری از تاریخ.

هرچه به تجدید هزاره نزدیکتر می‌شویم افکار حرمان شهری بیشتر اوج می‌گیرد.

نبرد نهایی خیر و شر در دل مفهوم کنائی «آخرالزمان» جا دارد. آیا ما شاهد انهدام تمدن موجودمان بر اثر انفجاری اتمی خواهیم بود یا تأثیر پدیدهٔ گلخانه‌ای؟ یا وقوع جنگ شیمیایی و یا از بین رفتن لایهٔ ازون؟ هزاره‌ای که در پیش داریم معرف دوزخ عذاب است یا سفینهٔ نجات. آیا سرانجام به دست ژنهای دیوانهٔ عصر بیوتکنولوژی، جهان رو به نابودی خواهد رفت؟

اصطلاح هزاره، ایهامی دوپهلوست و سکه‌ای دورویه. یک روی آن، حاکی از سرنوشت بشرآفریدهٔ جهان است و معرف قدرت خداگونه‌ای

که تکنولوژی در اختیار بشر گذاشته است ـقدرتی که می‌تواند محیط زیست را تباه کند و با انفجاری اتمی جهان را به نابودی کشد.

اما تکلیف چیست اگر مفهوم کنائی دجال از هم‌اکنون در قالب فلسفهٔ «خدا مرده است» مصداق یافته باشد یا در قالب پرستش علم، یا اختراع سلاحهای ویرانگر و دیگر طرق و وسایل انهدام دسته‌جمعی بشر و کرهٔ زمین ظهور کرده باشد؟

در این صورت روگرداندن از مذهب تکنولوژی و ظهور دوبارهٔ معنویت بدان شکلی که در تجدید حیات مذهبی مشاهده می‌شود، باعث بسی امیدواری است. این بشریتِ تحول‌یافتهٔ تکان‌خورده است که سوگند یاد کرده است جنگ‌افزارهای ویرانگر را دور افکند و به اصلاح محیط زیست پردازد.

همین رجعت به ایمان به عنوان طلیعهٔ دورهٔ جدیدی در تاریخ، نشانه‌ای است از آمادگی ما برای قبول هر دو جلوهٔ طبیعت بشری*.

اگر بنیادگرایان و عصر جدیدیها گاهی در معارضه با هم افراط می‌کنند، ولی می‌توان این هر دو نهضت را جلوه‌ای از گرایشی عمده دانست که بسیار هم مثبت است و آن انکار سلطهٔ بی‌رقیب علم و تکنولوژی است بر زندگی بشر.

با نزدیک شدن سال سمبولیک دوهزار، بشر علم را به فراموشی نمی‌سپارد، بلکه به مدد این تجدید حیات مذهبی، بر لزوم معنویت در تلاشی متعادل برای بهبود زندگی خود و اطرافیانش، صحه می‌گذارد.

* منظورش بنیادگرایی و عصر جدید است.—م.

۱۰

پیروزی فرد

مسئله‌ای که در پایان قرن بیستم همه به آن اذعان دارند، پیروزی «فرد» است. افرادی که در بخش اعظمی از قرن بیستم محکوم حکومت سرکوبگر یک‌حزبی بودند اکنون که به استقبال هزارهٔ سوم می‌رویم، از همیشه قدرتمندتر شده‌اند.

این، «فرد» است که اثری هنری می‌آفریند، فلسفه‌ای سیاسی می‌پذیرد، پس‌انداز زندگیش را صرف کار و تجارت جدیدی می‌کند، الهام‌بخش توفیق همکار یا عضوی از اعضاء خانواده می‌شود، به کشور جدیدی مهاجرت می‌کند و به تجربهٔ معنوی برتری دست می‌یابد. این «فرد» است که قبل از آنکه درصدد تغییر جامعه برآید ابتدا خود را متحول می‌کند. امروزه افراد می‌توانند تحولاتی بمراتب قاطع‌تر و مؤثرتر از آنچه سازمانها و مؤسسات در جامعه ایجاد می‌کنند، بوجود آورند.

مشخصهٔ دهٔ ۱۹۹۰ احیای حرمت و اعتبار فرد است به عنوان رکن اساسی جامعه و عامل اصلی تحولات. جنبشهای «توده»ای، اصطلاحی غلط است. همهٔ نهضتها ـ اعم از جنبش محیط زیست، جنبش زنان،

جنبش ضدسلاحهای اتمی- در ابتدا محصول جرقهٔ ذهن بیدار فردی است که برای تحقق نظامی تازه به تلاش و پی‌گیری برخاسته است.

مسئولیت فرد

اولین اصل نهضت عصر جدید اعتقاد به مسئولیت فرد است. مسئولیت فرد صورت غربی‌شدهٔ همان اصل باستانی مشرق‌زمین، یعنی کارما (karma) (اعمال فرد و عواقب آن) است که: نتیجهٔ هر عملی به فاعلش برمی‌گردد. همانطور که در انجیل آمده است «هرچه بکاری همان می‌دروی.» به‌هرحال مسئولیت فرد مسئلهٔ مهم و مورد تأکید زمانه است و هر فردی مسئول کاری است که انجام می‌دهد.

این مسئولیت فردی به معنی آن فردگرائی خودخواهانه‌ای نیست که با شعار «هر کسی کار خودش» هر فردی دلبستهٔ احلام خود باشد و در فکر بدربردن گلیم خویش و بی‌اعتنا به غم و شادی دیگران. این مسئولیت فردی، فلسفه‌ای اخلاقی است که فرد را تا سطحی جهان‌شمول ارتقاء می‌دهد. یکایک ما در مواردی از قبیل حفظ محیط زیست، جلوگیری از جنگ هسته‌ای و فقرزدائی مسئولیتهایی داریم. مکتب آزادی فرد قابلیتها و توانائیهای افراد را مورد توجه و قبول قرار می‌دهد. وقتی مردم موفق شوند با تلاشی صمیمانه به نیازها و اهدافشان در زمینه‌هایی اعم از هنر و تجارت و علم و... برسند، نفع آن نصیب جامعه هم خواهد شد.

جهانی شدن و فردی کردن

عصر نوین «فردی شدن» به موازات عصر جدید «جهانی شدن» در حال تحقق است. دههٔ ۱۹۹۰ عمدتاً وقف تحقق کامل اقتصاد یکپارچه و واحد جهانی خواهد شد، و عجب اینکه در همان حالی که به سوی جهانی

شدن پیش می‌رویم، بر اهمیت و قدرت فرد نیز افزوده می‌شود. نمونهٔ این تغییر و تحول را در وسایط ارتباط جمعی می‌توان مشاهده کرد. در همین عصر جهانی شدن برنامه‌های تلویزیونی که بین ۲ تا ۳ میلیارد نفر بازیهای المپیک سئول را بر صفحهٔ تلویزیونهایشان تماشا کردند، افراد می‌توانند به برکت تکنولوژی پیشرفته با انتخاب و خرید کاستها و نوارهای ویدئویی دلخواه خود به هر نحوی که میل دارند نیازهای فرهنگی و تفریحی خود را تأمین کنند. این وسایل مایه‌بخش افزایش قدرت و اختیار فرد است.

مرگ نظام اشتراکی

پیروزی فرد طلیعهٔ مرگ نظام اشتراکی است. حتی کمونیستها هم متقاعد شده‌اند که تنها «فرد» می‌تواند مولد ثروت باشد. پرزیدنت گورباچف گفته است آنچه اتحاد شوروی بدان نیاز دارد یک «سوسیالیسم فردگرا»ی نوین است. اتحادیه‌های کارگری قبول کرده‌اند که هر کس را باید مناسب با تلاش و حاصل کارش تشویق کرد و پاداش داد. بار دیگر نظریهٔ شاخصیت فرد در مقابل مساوات جامعهٔ اشتراکی، برنده شده است. در همهٔ نهادهای مشترک دسته‌جمعی از قبیل تشکیلات مذهبی، اتحادیه‌ها، حزب کمونیست و مؤسسات تجاری بزرگ، احزاب سیاسی، شهرها و دولتها، این امکان وجود دارد که هر کسی از زیر بار مسئولیتش شانه خالی کند، ولی در کارهای خصوصی، دیگر این امکان وجود ندارد و گریزگاهی برای فرار از مسئولیت نیست.

از فردگرائی تا نظام اشتراکی

با همهٔ این اوصاف، بنا نیست که فرد، یکه و تنها با جهان مواجه شود. هر فردی می‌تواند دست از تفرد بشوید و با انتخاب آزادانهٔ همکارانی،

مجموعه‌ای اشتراکی بوجود آورد. در همچو مجموعه‌ای کسی نمی‌تواند پشت سر دیگری پنهان شود، زیرا همه می‌دانند چه‌کسی کار می‌کند و چه کسی از زیر کار شانه‌خالی‌می‌کند. افراد مردم طالب فعالیتهای دسته‌جمعی‌اند، مسئولیت‌گریزان هم خود را در جوامع اشتراکی جا می‌زنند.

فلسفهٔ اتحادیه‌های کارگری که با همه باید به یکسان رفتار شود، با توجه به نظر امروزی که افراد با یکدیگر متفاوتند، دیگر کاربردی ندارد. مخصوصاً باید آن افرادی را که سهم عمده‌ای در حسن جریان کار ایفا می‌کنند، از دیگران بازشناخت و پاداش داد.

سرمایه‌گذارانی که خطر می‌کنند و اقتصاد جهانی

سرمایه‌گذاران خطرکن متوسط‌حال، بازارهای چندین میلیارد دلاری را از چنگ کمپانیهای بزرگ ربوده‌اند. صاحبان مؤسسات اقتصادی خصوصی سهم بمراتب بیشتری در اقتصاد جهانی دارند. بر اساس تحقیقات بنگاه حسابداری بین‌المللی سایدمن سالها بود که بیش از ۸۵ درصد صادرات امریکا اختصاص داشت به ۲۵۰ شرکت سهامی عمدهٔ چندملیتی امریکا و اکنون بیش از هشتادهزار کمپانی امریکایی و از جمله بسیاری از شرکتهای کوچک و خرده‌پا در امر صادرات فعالیت دارند و تنها در ظرف یک سال ـ یعنی سال ۱۹۸۸ـ کل صادرات ایالات متحد بیش از ۲۶ درصد افزایش یافته است.[1]

* اُلد جفرسون تایل، شرکتی تگزاسی با هفت کارگر و فروشی معادل پانصدهزار دلار در سال ۱۹۸۸، اکنون به اروپا نیز کالا صادر می‌کند.
* سوپریور تکنیکال سرامیکس کورپُریشن، در سنت آلبانس ورمونت، ۸۵ نفر را تحت استخدام داشته و فروش سال ۱۹۸۸ آن بالغ بر ۵ میلیون دلار بوده است.

* کمپانی شاور در سین سیناتی اوهایو، با ۱۵۰ نفر مستخدم، که تولیدکنندهٔ دستگاه شارژ باطری است با فروش سالیانهٔ ۱۵ میلیون دلار درصدد است فعالیتهای صادراتی خود را در ژاپن هم توسعه دهد.

«وسترن آی پرس» در تلورایِد کلرادو، تنها دو کارمند دارد به نام لیتو تجادا-فلورز و لیند ویدهافر که خودشان هم صاحب شرکتند. این دو نفر در دفتر کاری که منزلشان نیز محسوب می‌شود، مجموعهٔ متنوعی از کتابهای گوناگون -از راهنمای سفر گرفته تا کتابهای مصور هنری- تولید می‌کنند که با نشریات مؤسسات انتشاراتی معروف نیویورک پهلو می‌زند. این زوج، کتابهایشان را با استفاده از یک کامپیوتر مک‌اینتاش تنظیم و طراحی می‌کنند و کارهای هنری کتاب را به کمک دستگاه چاپ لیزری خودشان انجام می‌دهند و آنگاه نسخهٔ آماده شده در سئول کره و هنگ‌کنگ چاپ و در سراسر جهان عرضه می‌شود. لیند و لیتو غالباً مراحل تهیه و تولید کتابی را -از طرح‌ریزی مقدماتی گرفته تا چاپ نهایی- تنها در عرض دو ماه به انجام می‌رسانند -زمان محدودی که در نظر ناشران عمدهٔ صاحب دم و دستگاه (که معمولاً تبدیل نسخهٔ دستنویس به کتاب چاپ‌شده ۹ ماه وقتشان را می‌گیرد) محال می‌نماید. این است معنی رقابت شرکتی دونفره در عرصهٔ جهانی، دو نفری که به سائقهٔ طبع زیبائی‌پرستشان -و نه الزامات مادی و فشارهای اقتصادی- در دهکدهٔ کوهستانی دورافتاده‌ای مسکن گزیده‌اند.

تکنولوژیهای نوین از اهمیت کمیت افراد و موقعیت محل کاسته، و درعوض بر قدرت فرد افزوده‌اند.

در جهانی که افراد از هر صنف و قشری طالب مناظری بهتر و زیباترند، ابتکار و خلاقیت در عرصهٔ هنر جلوه و جولانی دارد.

هنرمندانی چون رابرت راوشن برگ و کریستو دست به آفرینش طرحهای عظیم جهان‌پسندی می‌زنند که میلیونها دلار ارزش دارند. این

هنرمندان مبتکر، نه‌تنها خالق آثاری چنین‌اند، بلکه همهٔ مخارج لازمش را هم به‌دست می‌آورند. موسیقی‌دان معروف، باب گِلدوف، برنامه‌هایی در سطح جهانی و با درآمدهای چندین میلیون دلاری ترتیب می‌دهد.

سیاستهای ابتکاری

دیپلماسی شهروندان، عرصهٔ عجیبی است برای نمایش قدرت و مسئولیت شخصی افراد در پهنهٔ روابط بین‌المللی ـ این نه‌تنها جسی جکسون است که به عنوان رعیتی معمولی با کشوری خارجی برای آزادی زندانیان مذاکره می‌کند، بلکه سامانتا اسمیت یازده ساله هم به نوبهٔ خود، برنامهٔ خاصی دارد برای تنش‌زدائی با اتحاد شوروی.

در سپیده‌دم هزارهٔ جدید میلادی، افراد در تمام نقاط جهان خود را با تعیین سرنوشت سیاسی‌شان قدرتمندتر و مختارتر احساس می‌کنند. انتخابات اوایل سال ۱۹۸۹ در اتحاد شوروی نمایانگر مخالفت مردم بود با سیاستهای «حزبی» که هفتاد سال تمام حکومت را قبضه کرده بود. رأی‌دهندگان با قدرت و قاطعیت عقایدشان را ابراز کردند. در برخی مناطق گرچه تنها یک اسم به عنوان نامزد انتخاباتی معرفی شده بود، تعداد کسانی که بر نام او روی ورقهٔ رأی‌گیری خط کشیدند بحدی بود که دولت ناچار از عقب‌نشینی شد. تنها در لنینگراد پنج رهبر برجستهٔ حزب کمونیست در انتخابات بازنده شدند. و در انتخابات ماه ژوئن سال ۱۹۸۹ لهستان تقریباً تمامی نامزدهای حزب کمونیست، شکست خوردند.

در ایالات متحد هم دیگر بندرت افرادی به عنوان نامزد حزب دموکرات یا جمهوریخواه در انتخابات شرکت می‌کنند. اکثراً کاندیداهای منفرد هستند.

بیایید نگاهی بیندازیم به مبارزهٔ انتخاباتی ریاست‌جمهوری در ایالات متحد. در دور مقدماتی نامزدها به صورت منفرد شرکت می‌کنند. سپس

در طول جلسات تابستانی حزب، مهر تأیید حزب به سیاستمداری اعطا می‌شود که در دور مقدماتی برنده شده است. در انتخابات محلی و ایالتی ـ تا قبل از دهۀ ۱۹۶۰ـ مردم متوسل به حزبی می‌شدند تا به عنوان کاندیدای آن حزب در انتخابات شرکت کنند، ولی اکنون وضع بدین صورت است که کاندیداهای منفرد در مرحلۀ مقدماتی با یکدیگر به رقابت می‌پردازند و هر کس برنده شد، به عنوان نامزد حزب به مردم معرفی می‌شود. سرخورده از سیاستهای حزبهای بزرگ سنتی، روزبروز از شمار امریکاییانی که برای انتخابات ریاست‌جمهوری رأی می‌دهند کاسته می‌شود. در سال ۱۹۸۸ تنها ۵۷/۴ درصد از افراد واجد شرایط رأی دادند که این رقم نسبت به ۵۹/۹ درصد سال ۱۹۸۴ و ۶۷/۸ درصد سال ۱۹۶۸ کاهش یافته بود. نسبت افراد واقعاً واجد شرایطی که رأی دادند، حتی از این هم کمتر بود.[۲]

سال ۱۹۸۴ را در نظر بگیریم. در کل ایالات متحد دوسوم افرادی که برای تصدی مقامات رسمی انتخاب شدند دموکراتها بودند. ولی همان مردمی که آنان را انتخاب کرده بودند، با اکثریت ۵۹ درصد در مقابل ۴۱ درصد، رونالد ریگان را به ریاست‌جمهوری انتخاب کردند. در سال ۱۹۸۸ نیز وضع بر همین منوال بود؛ دوسوم انتخاب‌شدگان دموکرات بودند ولی در مبارزۀ انتخاباتی ریاست‌جمهوری، جورج بوش با احراز ۵۳ درصد آراء، مایکل دوکاکیس را که صاحب ۴۶ درصد آراء شده بود، شکست داد.

مردم به جای اطاعت از سیاستهای حزبی به رعایت سلیقۀ شخصی خودشان متمایل شده‌اند.

بردت لومیس پروفسور دانشگاه کانزاس در کتابش با عنوان *سیاستمدار جدید امریکایی: جاه‌طلبی، فردگرایی و تحول حیات سیاسی* می‌نویسد: «نسل جدید سیاستمداران، کنگره را تبدیل به مؤسسه‌ای کرده‌اند که در آن ابتکارات فردی و سلیقه‌های کاملاً شخصی رواج و رونقی دارد.»[۳]

در کاپیتول هیل، فردگرایی و استقلال نظر فردی، بیش از هر جای دیگری رواج دارد. اکنون در کنگره، ۵۳۵ حزب سیاسی وجود دارد، درست معادل تعداد نمایندگانش.

تکنولوژی پشتیبان استقلال فرد است

هنگامی که جرج اورول، یکی از بدبین‌ترین افراد نسبت به آیندهٔ بشر و بشریت، کتاب ۱۹۸۴ را نوشت، استالین هنوز زنده بود و هیتلر هم تازه درگذشته بود. در آن زمان، تعجبی نداشت که اورول معتقد باشد دیکتاتور آینده دستاوردهای تکنولوژیکی را مستمسکی قرار خواهد داد برای به اطاعت کشاندن خلایق. همین نظریه، اساس کتاب دنیای قشنگ نو نوشتهٔ آلدوس هاکسلی بود. مادام که دانائی توانائی است، دیکتاتورها ناچارند برای حفظ سلطهٔ خود، مراکز اطلاعات را در کنترل داشته باشند. ولی مسائل آنطوری هم که اورول و هاکسلی از آن واهمه داشتند تحقق نیافت، بلکه درعوض، تلویزیونهای ماهواره‌ای و نوارهای ویدئو در حصار قدرت دیکتاتورها رخنه‌ها انداخته است.

امروزه در روی کرهٔ ارض، معدودی دیکتاتور باقی مانده‌اند، زیرا دیگر این افراد قادر به کنترل اطلاعات نیستند؛ و پینوشه‌ای که اخیراً در شیلی از قدرت برکنار شد، یکی از همین نمونه‌هاست. در عصر «تلویزیون جهانی» دولتی نمی‌تواند قول «انتخابات آزاد» بدهد و بعد به آسانی زیر حرفش بزند، این درس عبرتی است که فردیناند مارکوس تبعیدشده بخوبی آموخته است. درست است که پیرمردهای چینی علیرغم حضور دوربینهای تلویزیونی، صاف و بی‌پرده دستور گشودن آتش به روی دانشجویان تظاهرکننده در تیان‌آن‌من را صادر کردند، ولی از طرف دیگر هم باید این مسئله را در نظر گرفت که تا همین ده سال پیش، دانشجویان هرگز جرأت نداشتند نخستین قدم را بردارند و در میدان تیان‌آن‌من اجتماع کنند.

امروزه، افراد مردمی که به برکت کامپیوترها بر قدرت و توانائیهایشان افزوده شده است، اعمال دولتها را زیر نظر دارند، با دقت و مراقبتی بمراتب بیش از کنترلی که دولتها بر احوال و افعال آنان می‌توانند اعمال کنند. در عصری که فرستنده‌های عمومی جهانی بکار مشغولند، ما با پدیدهٔ تازه‌ای از قبیل کاستهای ضبط‌صوت و ویدیو مواجهیم که نمودار رونق کار فرستنده‌های خصوصی است.

در انقلابها و کودتاهای گذشته، اولین هدف مبارزان، اشغال ایستگاه رادیو و تلویزیون بود؛ ولی سرنگونی شاه ایران و توفیق جنبش همبستگی لهستان محصول فعالیت غیرقانونی مبارزان بود در توزیع نوارها و کاستهای قاچاق.

تلویزیون جهانی و نوارهای ویدئویی هر یک نقطهٔ اوجی هستند در زمینهٔ پخش سراسری و پخش محدود.

جورج گیلدر می‌نویسد: «تکنولوژی، برخلاف پیش‌گوئیهای دانشمندان، به جای آنکه قدرت کنترل و سلطهٔ "برادر بزرگ" را بر مردم توسعه دهد، به حکم طبیعتش قدرت را از چنگ مسندنشینان بیرون کشیده و به دست مردم سپرده است.» او می‌گوید: «همهٔ جهان از کاهش روزافزون قدرت امپریالیسم، مرکانتیلیسم و استاتیسم منفعت خواهد برد.» او می‌گوید امروز، افراد «قدرت ابداع و اعلامشان بمراتب بیش از شاهان روزگار گذشته است.»[۴]

برخلاف نظر کسانی که نگران بودند مبادا کامپیوترها و تلفنهای متحرک و دستگاههای فاکس باعث محدودیت افراد شوند، این امکانات بر قدرت عمل افراد می‌افزایند.

در همین حال حکومتها مشغول تلاش و مناقشه‌اند که چگونه تکنولوژی را به خدمت خود درآورند.

پیوند فرد با شبکهٔ جهانی

اکنون ما در آستانهٔ دوران ارتباط جهانی کامپیوترهای شخصی و افزایش قدرت شبکه‌های خصوصی کامپیوتری قرار گرفته‌ایم. درست همانطور که یک سیستم واقعاً جهانی، ارتباطِ یک‌میلیارد تلفن شخصی را در سرتاسر جهان با یکدیگر امری عادی کرده است، اکنون هم اجرای طرحی آغاز شده است برای ارتباط گستردهٔ تلفنهای متحرک شخصی تا دارندگان این‌قبیل تلفنها بتوانند مستقیماً و بدون توسل به سیستم مرکزی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

تا چند سال دیگر، مردم بدون توجه به موقعیت جغرافیایی‌شان می‌توانند با استفاده از تلفن متحرک جیبی با هر کسی در هر نقطهٔ دنیا مستقیماً تماس بگیرند، بدون آنکه بدانند طرفشان در کدام نقطهٔ زمین است (و خوشبختانه قطع این تماسهای تلفنی هم در اختیار صاحب تلفن است).

ماشینهای فاکس

ماشینهای فاکس در هر جای دنیا افراد را قادر می‌سازند که به صورت فردی و خصوصی عمل کنند. بیل مک‌کیو از شرکت پابلیک فاکس می‌گوید: «چرا باید چهارده دلار بپردازیم و بی‌بروبرگرد هم مجبور باشیم تا فردا برای رساندن پیاممان صبر کنیم، حال آنکه خودمان می‌توانیم در عرض چند ثانیه پیاممان را به صورت تصویری منتقل کنیم؟»[۵] مردمی که روزگاری در جلو ماشینهای فتوکپی صف می‌کشیدند، امروزه در برابر ماشینهای فاکس ایستاده‌اند.

این پدیدهٔ جدید که از تکنولوژی چندان پیچیده‌ای هم برخوردار نیست، سریع‌تر از دیگر تکنولوژیهایَ پیچیده در حال توسعه است. تا سال ۱۹۹۰ در ایالات متحد پنج میلیون دستگاه فاکس در داخل اتومبیلها

و رستورانها و هتلها و ترمینالهای فرودگاه و خانه‌های مسکونی دایر خواهد بود. دستگاههای فاکس عمومی در هر گوشه و کناری موجود است. ادارهٔ مالیات بر درآمد اظهارنامهٔ مالیاتی شما را از طریق فاکس قبول خواهد کرد. سازمان مستشاری فاکس بین‌المللی (CAP BIS) می‌گوید تعداد دستگاههای فاکس در سال ۱۹۹۲ به ۹ میلیون بالغ خواهد شد.[۶]

آیا هرگز خودتان فکر کرده‌اید که چرا ماشینهای فاکس اینقدر پرطرفدار شده‌اند حال آنکه پست الکترونیکی علی‌رغم برخورداری از تکنولوژی سطح بالا، روند رشد کندی دارد؟

این در نتیجهٔ تحقق همان اصل سطح بالای تماس/تکنولوژی پیشرفته است که در این کتاب توصیف شده است.

شما با استفاده از تکنولوژی تلفن، فاکسی را دریافت می‌کنید، آن را از ماشین پاره می‌کنید، بعد آن را به قطعات مختلف می‌برید، از آن کپی تهیه می‌کنید، علامتهایی رویش می‌زنید و یا با دست کارهای دیگری رویش انجام می‌دهید، این یعنی سطح بالای تماس. همچنین شما می‌توانید چیزی بنویسد (یا طرحی بکشید) و خودتان آن را فاکس کنید. حال آنکه در مورد پست الکترونیکی، این سطح بالای تماس مقدور نیست و هرچه هست تکنولوژی پیشرفته است.

مرکز جدید الکترونیکی

نسل جدیدی که به کار با دستگاههای اطلاعاتی از قبیل تلفنها، فاکسها، پست فدرال اکسپرس و کامپیوترها روی آورده‌اند مشغول بازآفرینی سیمای عمومی امریکایند. اینان در انتخاب محل اقامت و زندگی خود آزادند، شخصاً تصمیم می‌گیرند در هر شهرک یا شهر یا منطقه‌ای که دلشان بخواهد زندگی کنند. مرکز جدید الکترونیکی در همهٔ کشورهای پیشرفتهٔ سراسر جهان و بخصوص در ایالات متحد امریکا در حال گسترش

و توسعه است. به فیض تکنولوژی، مناطق خوش‌آب و هوای روستایی، مثل شهرهای بزرگ به مراکز شهری متصل شده‌اند و همین تحول در هزارهٔ آینده زمینه‌ساز افول شهرهای بزرگ خواهد شد.

انقلاب صنعتی شهرهای بزرگ اروپا و امریکا و ژاپن را بوجود آورد. به گفتهٔ جان پ. ابرهارد، استاد دانشگاه و رئیس بخش معماری دانشگاه کارنگی ملون، اسکلت ساختمانی شهرهای جهان بر اساس اختراعات و ابداعات صد سال پیش بنا شده است، ابداعاتی همچون لوله‌کشی داخل ساختمانها، سیم‌کشی برق، خط اتوبوسهای برقی، ساختمانهای اسکلت فلزی و آسانسورها، اتومبیل، مترو، تلفن، و عجبا که تمام این ابداعات در طول هفده سال یعنی از سال ۱۸۷۶ تا ۱۸۹۳ به عرصه آمد.[۷]

با استفاده از تکنولوژی قرن نوزدهم می‌توانستند محمولات و کالاها را به ارزانی از طریق خط‌آهن یا کانال آب در مسافتهای طولانی جابجا کنند ولی هزینهٔ انتقال مردم، حتی در مسافتهای کوتاه هم گران تمام می‌شد. به همین دلیل، کارمندان و کارگران مجبور بودند در نزدیکی محل کارشان سکنی گزینند و همین مراکز تجمع خلایق روزبروز توسعه یافت تا سرانجام تبدیل به شهرهای بزرگ و بزرگتر شد.

اختراع اتومبیل تا حدی این وضعیت را تغییر داد و بیشتر اروپائیان و امریکائیان را حومه‌نشین کرد. اکنون با استفاده از الکترونیک دامنهٔ قدرت و اختیارات افراد بشر وسعت بیشتری گرفته است، و این امکانات تازه مایه‌بخش تغییراتی عمده‌تر خواهد شد و ما را از اقامت در داخل شهرها نجات و به طرف مناطق روستایی سوق خواهد داد و برای اولین بار در تاریخ، ضرورت پیوستگی محل زندگی یک فرد با محل کارش از بین خواهد رفت.

در ایالات متحد برای اولین بار پس از دویست سال تعداد افرادی که به مناطق روستایی مهاجرت می‌کنند، بمراتب بیش از افرادی است که به شهرها رومی‌آورند. در شمال شرقی، غرب، فلات مرکزی، و جنوب

غربی، در همه جای امریکا مردم در حال کوچیدن از شهرهای بزرگ و حومهٔ شهرها به مناطق دورافتاده‌اند.

اینان برای برخورداری از زندگی بهتری به شهرها پشت می‌کنند و رو به نقاطی می‌آورند که در آنجا میزان جنایات کمتر باشد، و قیمت مسکن نسبتاً ارزان‌تر و فرصت استراحت و تمدد اعصاب بیشتر، و شاید هم انگیزهٔ مهمترشان، بازگشت به ارزشهای جامعه‌ای مهربان‌تر و دلسوزتر.

پنج سال پیش، ما به تلیوراید، دهکدهٔ کوهستانی کوچکی در زاویهٔ جنوب غربی ایالت کلرادو نقل‌مکان کردیم. خانهٔ ما و دهکده‌مان ـ با ۱۲۰۰ نفر جمعیت ـ در ارتفاع ۹ هزار پایی در دل دره‌ای قرار دارد که کوههای سیزده‌هزار پایی و چهارده‌هزار پایی از هر سو احاطه‌اش کرده است. دهکده، تا حدی شبیه آلپ سویس است.

گرچه شش ساعت با دنور فاصله داریم، ولی با کمک کامپیوترها، تلفنها، دستگاههای فاکس و پست فدرال اکسپرس، به گونه‌ای با دیگر نقاط جهان در تماس هستیم که گویی در مرکز شهر لندن یا توکیو زندگی می‌کنیم. درواقع به گفتهٔ جودی کی‌یرنان، مدیر و مؤسس شعبهٔ محلی کامپیوتر مک‌اینتاش، «تلیوراید بالاترین محل تمرکز استفاده‌کنندگان از کامپیوترهای اپل و مک‌اینتاش در جهان است.»

صدها هزار امریکایی برای استفاده از شرایط و کیفیت بهتر زندگی به مناطق روستایی روی می‌آورند و این یکی از بزرگترین واقعیات نامحسوس دهۀ ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ است. به قول جک لسینگر، استاد بازنشستهٔ دانشگاه واشینگتن، تا سال ۲۰۱۰ بین یک‌سوم تا نیمی از مردم طبقهٔ متوسط امریکا و کانادا در حومهٔ شهر و خارج از محدودهٔ شهرهای بزرگ سکونت خواهند گزید. او می‌گوید در حوالی سال ۱۹۷۰ روند رشد جمعیت در حومهٔ شهرها کاهش یافت و اکنون ارض موعود مردم نقطهٔ دیگری است.» او این نقطهٔ دیگر را «پنتُربیا» می‌نامد، پنجمین نقطهٔ بزرگ مهاجرپذیر امریکا.[۸]

پروفسور لسینگر می‌گوید اولین مهاجرت، از نخستین اراضی مستعمره به سمت جنوب و شمال در خلال سالهای ۱۷۳۵ تا ۱۸۴۶ صورت گرفت؛ دومین مهاجرت از مغرب به آبادیهای سواحل رودخانه می‌سی‌سی‌پی-اوهایو بود در خلال سالهای ۱۷۸۹ تا ۱۹۰۰؛ سومین مهاجرت هجوم مردم از روستاها به شهرها بود بین سالهای ۱۸۴۶ تا ۱۹۵۸. چهارمین مهاجرت که در حوالی سال ۱۹۰۰ آغاز شد مهاجرت از شهرها به آبادیهای دور و بر شهرهای بعد از جنگ دوم جهانی بود که تا حدی با مهاجرت گروه‌سومیها ادغام شد.

مرکز الکترونیکی، همان کلبهٔ الکترونیکی، یعنی جایی که مردم به جای رفتن به دفتری در نزدیکی منزلشان در خانه بمانند و با کامپیوتر خودشان کار کنند، نیست. ولی وقتی (مدیران) شرکتها بدین عادت کنند که دیگر اعضاء و کارمندانشان مدام در شرکت حضور نداشته باشند و دور و برشان نپلکند، آن وقت تا حدی، راه برای استفاده از خدمات قراردادی افرادی که در نقاط مختلف و به میل دل خودشان کار می‌کنند، هموار خواهد شد. شاید افرادی که امروز در «کلبه‌های الکترونیکی» به کار اشتغال دارند تا قبل از پایان دههٔ حاضر در زمرهٔ اولین مهاجران این مرکز جدید باشند.

همچنین افرادی که در خانه به کسب و کاری اشتغال دارند نیز در زمرهٔ اولین مهاجران این سرزمینند. طبق آمار اتحادیهٔ مشاغل خانگی امریکا در سال ۱۹۸۹ تعداد ۱۴/۶ میلیون اشتغال خانگی تمام‌وقت در امریکا وجود داشت که به پیش‌بینی این انجمن تا سال ۱۹۹۵ به ۲۰/۷ میلیون خواهد رسید. توماس میلر، مدیر تحقیقاتی که در سال ۱۹۸۸ بوسیلهٔ «لینک رسورسز» (LINK Resources) دربارهٔ مشاغل خانگی انجام گرفت، می‌گوید: «زندگی بهتر جایزه‌ای است که اینان به دنبالش شتافته‌اند.»[۹]

طبیعت اقتصاد اطلاعاتی در تحقق و تسهیل این نهضت سهمی دارد. تا سال ۱۹۹۳ تعداد ۵ میلیون امریکایی می‌توانند در خانهٔ خودشان به مشاغلی

که فقط مربوط به کامپیوتر است به کار مشغول شوند. این را مرکز تحقیقات آینده‌نگرانهٔ دانشگاه کالیفرنیای جنوبی پیش‌بینی کرده است.

ساکنان دیار جدید الکترونیکی افرادی خواهند بود نه وابسته به محلی خاص و نه دلبسته به سرزمینی معین. این افراد شامل اپراتورها و مهندسان نرم‌افزار، معامله‌گران سهام و اوراق بهادار، منشیان و مترجمان، هنرمندان، مصنفان و نویسندگان گوناگونی هستند که می‌توانند کارشان را در هر جا و مکانی انجام دهند و به همین دلیل طالب جاهای دنج و باآرامشی هستند. تکنولوژی و دانش اطلاعاتی این کار را تحقق‌پذیر کرده است. افرادی که بسیار سفر می‌کنند ـبازیگران و خدمه و کارکنان هواپیماـ برای گذراندن اوقات فراغت و بازنشستگی با آرامش، به سوی این دیار سرازیر خواهند شد. ما دیگر مجبور نیستیم مثل مردمان عصر صنعتی برای انجام کارهایمان در شهرها یا حومهٔ شهرها تنگ هم بچپیم و توی هم وول بخوریم.

در بسیاری موارد اگر شهرها هم‌اکنون وجود نداشتند، دیگر ضرورتی برای ایجادشان احساس نمی‌شد.

البته در جهان توسعه‌یافته.

در کشورهای در حال توسعه، شهرها به وسعتی رسیده‌اند که در تاریخ بشر بی‌سابقه است. در «شمال» مردم از زندگی در شهرها فرار می‌کنند و در «جنوب» مردم به سوی شهرها هجوم می‌آورند.

تا سال ۲۰۰۰، بیست و دو شهر بالای ده میلیون نفر جمعیت خواهیم داشت. در سال ۱۹۵۰ پنج شهر از ده شهر بزرگ جهان در اروپا و ایالات متحد بود. تا سال ۲۰۰۰ تنها یکی از ده شهر بزرگ جهان در اروپا و امریکا خواهد بود و آن هم نیویورک است. تا سال ۲۰۰۰ بزرگترین شهرهای جهان مکزیکوسیتی و سائوپاولو در برزیل خواهند بود.

در سال ۲۰۰۰ شهرهای به معنای واقعی جهانی، لزوماً وسیع‌ترین شهرهای جهان نخواهند بود، بلکه «کارآمدترینها» خواهند بود.[۱۰]

کامپیوترها دارند مجموعه‌های ساختمانی را تبدیل به مجموعه‌های

«کارآمدی» می‌کنند با قدرت خودگردانی و کفایتی که بتوانند سکنهٔ خود را با دیگر نقاط جهان مرتبط سازند.

مرحلهٔ دوم، ایجاد مجموعه‌های بهم پیوسته‌ای از این سلسله‌ساختمانهای «کارآمد» است. بنگاه املاک و مستغلات میتسوبیشی، در طرح بلندپروازانه‌اش برای تحقق این هدف اخیراً سی و دو مجموعهٔ ساختمانی در منطقهٔ مارونوچی توکیو را با شبکه‌ای از الیاف نوری به یکدیگر مرتبط کرده است. حالا اگر بتوانیم تعداد زیادی از این ساختمانهای «کارآمد» را به هم مرتبط کنیم، آن وقت چندی نخواهد گذشت که یک شهر «کارآمد» خواهیم داشت که تدریجاً با دیگر شهرها مرتبط خواهد شد. این شهرها، شهرهای جهانی آینده خواهند بود.

تقدم مصرف‌کننده

روزگاری سلیقهٔ صاحبان مؤسسات تولیدی تعیین‌کنندهٔ نوع محصولاتشان بود و مشتریان چاره‌ای نداشتند جز خرید محصولات یکسان کارخانه‌ها. اکنون دیگر آن زمان گذشته است. با شاخصیت یافتن افراد مسئلهٔ رعایت سلیقهٔ مشتری تحقق یافته است. سالهای سال به زبان می‌گفتیم که «مشتری، ارباب است» و اکنون در عمل هم چنین شده است. تاریخ صنعت اتومبیلسازی بر اساس نظر «هنری فورد» شروع شد که می‌گفت فقط اتومبیل مشکی‌رنگ متحدالشکل تولید می‌کنیم، بی هیچ تنوعی و استثنائی. اما امروزه با کمک کامپیوترها براساس نظر و سلیقهٔ مشتریان اتومبیلهای تقریباً غیریکنواخت و استثنائی تولید می‌کنند. یک مشتری کمپانی ولوو در بین بیست‌هزار ترکیب ممکن از شکل و رنگ اتومبیلها حق انتخاب دارد. «خطوط تولید» کامپیوتریزه شدهٔ امروزی محصولات را مطابق سلیقهٔ افراد تولید می‌کند، یعنی با تولید اشکال گوناگون و متفاوتی از محصول، می‌کوشد سلیقه‌های جوراجور مشتریان را ارضاء کند.

پیروزی فرد و تحولات عمدهٔ دههٔ ۱۹۹۰

رعایت جانب افراد جوهر مشترک تحولاتی است که در این کتاب مورد بحث قرار گرفته است.

عصر طلایی نوین ـ عصری که هر فرد انسان از طریق خلاقیتهای ذاتی خودش امرار معاش کند، و نه چون حیوان محکوم دیگران باشد ـ از هم‌اکنون در جهان پیشرفته آغاز شده است؛ جهانی که در آستانهٔ ورود به دوران رونق اقتصادی دههٔ ۱۹۹۰ است. در یک اقتصاد اطلاعاتی با دستمزد بالا، مردم نان استعداد و قریحهٔ خاص خودشان را می‌خورند، نان ابتکار و هوشمندی خود را، نه نان مشتهای گره‌کرده و عضلات انبوه را. بعد از این در مؤسسات و شرکتها به جای آنکه به همهٔ کارکنان دستمزدی مساوی پرداخته شود، بی‌هیچ امتیاز و استثنائی، به افرادی که با سعی و عملشان در پیشرفت کارهای مؤسسه سهم بیشتری داشته‌اند، مزد بهتری پرداخت می‌شود و آنان را با دادن سهامی و جوایزی تشویق خواهند کرد.

هر آدم خوب آموزش‌دیده‌ای می‌تواند یک مدیر باشد. رهبر خوب، فردی است که با قدرت اخلاقی بر زیردستانش نفوذ داشته باشد و بتواند محیطی ایجاد کند که در آن استعدادهای بالقوه و منحصر بفرد افراد فرصت ظهور و بروز یابند. رهبری موفق محیطهای کار امروزی که در آنها دموکراسی حکمفرماست، از آنِ سرمایه‌گذاران روشنگری خواهد بود که خطر می‌کنند و با طیب خاطرِ دیگران را نیز در مالکیت خود سهیم می‌کنند.

هر نهضت هنری محصول خلاقیت آن یگانه هنرمندی است که نقشی می‌آفریند وگرچه ستایشگران و تحسین‌کنندگانش بسیارند، اما سرانجام باز هم این هنرشناسی یگانه است که کار او را درک کرده و ارزش می‌نهد.

سیاسیون کمونیست و سوسیالیست و طرفداران دولت خدمتگزار می‌کوشند تا با تشویقها و پرداخت جوایز به افراد سخت‌کوش و مبتکر، جهش تازه‌ای به اقتصادشان بدهند. ظهور سوسیالیسم بازار آزاد در این کشورها موقعیت تازه‌ای پیش آورده است تا «همرنگ» جهان شوند و از ابتکارات فردی مردمشان بهره‌مند گردند. نظریه‌های «مسئولیت جامعه نسبت به شهروندان» با ظهور «دوران فردگرائی» در حال تغییر است.

در جریان تحول جهانی‌شدن شیوهٔ زندگی و مقاومت «ناسیونالیسم فرهنگی» در برابر آن، این سؤال قابل بحث است که در مقابل اینهمه انگیزه‌های قوی همرنگ‌شدن بشرها و انتخاب شیوهٔ جهانی و همسان زندگی، چگونه می‌توان هویت فردی را حفظ کرد؟

ژنهای منحصر بفرد هر یک از افراد بشر ستونهای مقوم وجود افرادند در عصر بیولوژی. تصمیمات اخلاقی افراد معلوم خواهد کرد که چه وقتی این عصر جدید بیوتکنولوژی آغاز خواهد شد و آیا بشر برای پذیرش سلطهٔ آن از نظر روحی آمادگی خواهد داشت یا خیر. و وقتی این اتفاق بیفتد توفیقهایی که قبلاً حتی احتمالش هم نمی‌رفت، مثل تشخیص و اصلاح ژنهای مضر، مهر تأییدی خواهد زد بر ارزش زندگی یک فرد.

تجدید حیات مذهبی، نمایانگر تحولی است از مذاهب پیشواپرست متمرکز به ایمان و اعتقادات فردی اعم از اینکه اعتقاد به فلان روحانی صاحب کرامت باشد یا فلان مرشد اخلاقی یا نص انجیل. این تنها «فرد» است که شخصاً رابطهٔ خود را با عوامل مافوق‌الطبیعه تعیین و تنظیم می‌کند.

سرانجام اولویت قدرت فرد بتدریج مورد قبول و شناسائی قرار خواهد گرفت.

در سراسر تاریخ، کلمهٔ قدرت مترادف و یادآور سازمانها و امکانات فیزیکی و نظامی بوده است. قدرت در دست پادشاهان و دولتها و سرانجام خدا بوده است، نه افراد. مردم در مقابل تشکیلات اجتماعی، خود

را حقیر احساس می‌کردند و تنها از طریق انقلاب و قیام در مقابل سنتها و گسستن قیود بی‌فایده می‌توانستند اظهار وجودی بکنند.

ولی امروزه، راه دیگری نیز برای اظهار وجود پیش روی افراد گسترده است. آنها می‌توانند با تشخیص خط سیر جامعه، در جهت حرکتش واقعاً مؤثر باشند. «دانستن توانستن است» این عبارتی است که غالباً ورد زبانها است. حتی اگر هم مسیر گرایش جامعه مورد قبول و توافقتان نباشد ـمثل جرمی ریفکین که دشمن سرسخت بیوتکنولوژی استـ دست‌کم از برکت اطلاع و دانشتان نسبت به آن گرایش؛ در مقابلش مجهز شده‌اید. به فرض آنکه بخواهید با گرایشی به مخالفت برخیزید باز هم چاره‌ای ندارید جز شناخت آن گرایش و مسیرش.

به جای شناخت نیروهایی که گذشته را شکل دادند اگر نیروهای شکل‌دهندهٔ آینده را بشناسید، آن وقت توانائی رویارویی با واقعیت وجودی خودتان را خواهید داشت.

نتیجه

پس اینهاست ده گرایش عمدهٔ دههٔ قبل از سال دوهزار. در آستانهٔ ورود به هزارهٔ جدید که مدتهای مدید مظهر عصر طلایی بشریت بوده است، ابزارها و توانایی کافی برای ایجاد بهشت موعودی در همین زمان و همین مکان در اختیارمان هست.

البته مشکلات عمده‌ای هم بر سر راهمان وجود دارد که باید کوشید و بر آنها فائق آمد ـ مشکلات مختلفی از توسعهٔ اقتصادی جهان سوم گرفته تا بهداشت محیط زیست و یافتن علاجی برای سرطان و ایدز. ولی، سیر گرایشهای امروزین در جهتی است که در این واپسین دههٔ هزارهٔ دوم تا حد زیادی بشریت را در مواجههٔ با عظیم‌ترین دشواریهای زمانه یاری خواهد کرد.

رونق اقتصادی جهان توسعه‌یافته شالوده‌ای خواهد بود برای پیشرفت بشریت و غنای مردم جهان. برخلاف اصرار بدبینان حرفه‌ای، درآمد بیشتر به حرص و آز بیشتر نینجامیده است. و این واقعیت را توجهی به نظریهٔ آبراهام مزلو روانشناس انسان‌دوست، در مورد نسبیت احتیاجات، بروشنی ثابت می‌کند: با تأمین نیازهای اولیهٔ بشر از قبیل داشتن سرپناهی

و امنیتی است که احتیاجات والاتری از قبیل همبستگی و تعاون اجتماعی و خودشناسی و معنی‌طلبی ظهور می‌کند. این نظریه هم در مورد جوامع بشری صادق است و هم در مورد فردفرد ابنای بشر. ارضاء نیازهای بدوی ابتدائی، بشر را متوجه نیازهای والاتر کرد و مایه‌بخش نهضتهای هنری و تجدید حیات معنوی شد.

با غنی‌تر شدن شمار بیشتری از کشورها نیاز به یافتن حوزه‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاری احساس می‌شود. کشورهای کمتر توسعه‌یافته، جایی که نیروی کار ارزان‌تر است، جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاریهای پرمنفعت خواهند داشت. با رسیدن ببرهای چهارگانهٔ اقتصادی آسیا به مرحلهٔ توسعه‌یافتگی، میزان سرمایه‌گذاری در تایلند (سرمایه‌گذاری کشورهایی چون ژاپن و ببرهای چهارگانه و دیگران) افزایش چشمگیری یافت. سرمایه‌گذاری در مالزی هم افزایش یافته است و این درحالی است که برخی صاحب‌نظران معتقدند فیلیپین با سطح فرهنگی بالاترش برای سرمایه‌گذاریهایشان محیطی مناسب است و هم‌اکنون سیل سرمایه‌های هنگ‌کنگی و تایوانی به خاک اصلی چین سرازیر شده است.

حاشیهٔ اقیانوس آرام هم که اصلاً باب تازه‌ای است در تاریخ توسعهٔ اقتصادی؛ این ناحیه با جهشی از فراز دورهٔ صنعتی مستقیماً وارد عصر اقتصاد اطلاعاتی شده است، اقتصادی که مهمترین منابعش نه در زمین که در فکر و ذهن مردم است.

در سرتاسر جهان سوم این نظریه بیش از پیش قوت می‌گیرد که اقتصاد آزاد غیردولتی راه رسیدن به غنای واقعی است نه اقتصاد هدایت‌شده‌ای براساس برنامه‌ریزیهای متمرکز دولتی. مشاهدهٔ تلاش اتحاد شوروی و چین برای دستیابی به مکانیسمهای بازار، باعث خواهد شد که جهان سوم تغییر رویه دهد و به جای توجه به سرمشقهای مارکسیستی برای توسعهٔ اقتصادی به نمونه‌های بازار آزاد روی آورد، همان کاری که ممالک پیشتاز جهان کمونیسم کردند.

رفع فقر و برقراری دموکراسی عوامل عمده‌ای هستند که بالاخره به مناقشات مرگبار منطقه‌ای پایان خواهند داد. به قول باب دیلان، «وقتی چیزی نداشته باشی ترس از دست‌دادنش را هم نداری.» خود ثروت عامل بزرگی است برای ایجاد صلح و آرامش. بیش از چهل و پنج سال است که چهل و چهار کشور ثروتمند جهان در صلح و آرامش بسر برده‌اند. روزی که ممالک‌در حال توسعه با همسایگان خود بر سر صلح و مدارا آیند، بخش بیشتری از منابع این کشورها صرف توسعهٔ اقتصادی خواهد شد.

بلای «ایدز» و رنج و عذابی که با خود آورده است، مظهری از جهل ما نسبت به بدنمان و سیستمهای ارزندهٔ دفاعی آن است. ولی امروزه همانطور که یاد می‌گیریم در زمینه‌های بهداشتی توجهات مثبتی داشته باشیم، به توانایی پی بردن به ماهیت سلول انسانی و حتی کشف کد DNA هم نزدیکتر می‌شویم. تی جورج «هریس»، سردبیر \امریکن هلث می‌نویسد «ما بتازگی به استفاده از یک‌سری روشهای تصویربرداری جدید پرداخته‌ایم، مثل بازتاب هسته‌ای برای مشاهدهٔ درونی بافت زنده و همچنین استفاده از فیزیک زیستی در مورد روابط درون سلولی، از جمله DNA؛ و بزودی قادر خواهیم بود که با ویروسها و باکتریها، حتی قبل از شناسایی‌شان مبارزه کنیم.»[1]

تجدید روابط بین ابرقدرتها احتمال تبدیل شدن مناقشه‌ای منطقه‌ای را به یک جنگ جهانی کاهش می‌دهد. علاوه بر آن، ایالات متحد و اتحاد جماهیر شوروی انگیزهٔ چندانی برای شعله‌ور کردن آتش جنگ در ممالک اقمارشان به منظور کسب امتیاز سیاسی یا نظامی ندارند. همین حالت جوّ مساعدتری برای حل و فصل مناقشات ایجاد می‌کند و حل و فصل مناقشات نیز به نوبهٔ خود از علل بروز تروریسم خواهد کاست. کشورهای در حال توسعه‌ای که در حفظ فرهنگ ملیشان توفیق یافته‌اند، احساس قدرت خواهند کرد و با وجود همچو احساسی دیگر نفرت و ضدیت با فرهنگ غربی محلی نخواهد داشت.

پایان جنگ سرد باعث شده است که توجه جهان به محیط زیست معطوف گردد. اگرچه برخی معتقدند که دیگر دیر شده و کار از کار گذشته است ولی واقعیت این است که قبل از این سران کشورها در مقولهٔ حفظ محیط زیست هرگز با هم به رقابت نپرداخته بودند. اکنون این جورج بوش است که می‌خواهد صفت «طرفدار محیط زیست» را به عنوان ریاست‌جمهوری خود بچسباند، و این میخائیل گورباچف است که در نطق تاریخی‌اش در سازمان ملل متحد، بکرات کلمهٔ محیط زیست را بکار می‌برد و این هم مارگارت تاچر است که گاهی با لحنی حرف می‌زند که گویی خودش یکی از اعضای پروپاقرص «حزب سبز» بوده است.

دورهٔ پس از جنگ سرد شاهد همکاری و تشریک مساعی ایالات متحد امریکا و شوروی در مورد حفظ محیط زیست و تلاشهای خارج از مباحث ایدئولوژیکی برای فقرزدائی جهان خواهد بود.

مفهوم واژهٔ عمیق و کنائی «هزاره» بستگی کامل دارد به طرز تعبیر و تفسیر آن. هم می‌تواند به معنی آخرالزمان باشد و هم به معنی آغاز دورانی تازه. ما معتقدیم که از هم‌اکنون تکلیف تفسیر این واژه مشخص شده است و معنی مثبتش بر مفهوم منفی غالب آمده است، چرا که همواره در قلب و ذهن بشر، عشق به زندگی و عشق به جستجوی آرمانگرایانهٔ صلح و آسایش و نعمت برای همه، موج می‌زده است و امروز می‌توانیم به این عشق جامهٔ عمل بپوشانیم. بشریت قدم در مسابقه‌ای گذاشته است که یک دهه بطول خواهد انجامید، آن هم بدین منظور که با مشکلات و مسائلی که هنوز باقی مانده است رویارو شود و به امید شروع تازه‌ای در سال ۲۰۰۰، آنها را از میان بردارد.

دههٔ ۱۹۹۰ دورهٔ خارق‌العاده‌ای خواهد بود. شمارش معکوس از هم‌اکنون آغاز شده است. پس آماده باشید. صندلی ردیف جلو برای مشاهدهٔ پرکلنجارترین و در عین حال مهیج‌ترین دههٔ تاریخ تمدن بشر، از آن شماست.

یادداشتها

۱. شکوفایی اقتصاد جهان در دههٔ ۱۹۹۰

۱ The photovoltaic energy information is from "A Commercial Breakthrough for the Sun," *Financial Times*, December 15, 1988.

۲ The *Financial Times* quote is from an editorial about how the tax revolution has finally reached Sweden, November 25, 1988.

۳ The Sven-Olof Lodin quote is from "Supply-Side Sweden," *Wall Street Journal*, November 30, 1988.

٤ Alan Greenspan's article "Goods Shrink and Trade Grows" appeared in the *Wall Street Journal*, October 24, 1988.

۵ Charles Wolf's article "America's Decline: Illusion and Reality" appeared in the *Wall Street Journal*, May 12, 1988.

٦ The source of the number of companies bought by foreign buyers is W. T. Grimm & Company, Chicago, Illinois.

۷ The Milton Friedman quote is from his article "Why the Twin Deficits Are a Blessing," *Wall Street Journal*, December 14, 1988.

۸ The Bluestone-Harrison study, *The Great American Job Machine: The Proliferation of Low Wage Employment in the U.S. Economy*, December 1986, was prepared for the Joint Economic

Committee. The later revisions are reported by Warren Brookes in "The Myth That Won't Quit," *Washington Times,* September 7, 1987.

۹ The March 1985 to March 1989 percentage is calculated from *Employment and Earnings,* April 1985, and April 1989, Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor.

۱۰ The percentage of new professional and managerial jobs, from "The Employment Situation: March 1989," news release, April 7, 1989, Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor.

۱۱ The 1977 to 1981 statistic is from Brookes, "The Myth That Won't Quit," loc. cit.

۱۲ Anne McLaughlin quote from "How a Bush or Dukakis Victory Will Affect Jobs," Washington *Post,* October 16, 1988.

۱۳ Retail sales for 1987 reported in "Hiding a Boom in a Statistical Bust," *Wall Street Journal,* August 6, 1987.

۱۴ "Prosperity Index" from fact sheet, July 12, 1988, Economic Policy Division, U.S. Chamber of Commerce; update from interview with Orawin Velz, U.S. Chamber of Commerce, August 31, 1989.

۱۵ The annual *Changing Times* "Prosperity Index" appeared in the March 1989 issue, p. 27.

۱۶ The "Misery Index" in 1980, from *Changing Times* (January 1987), p. 67; in 1988, from the U.S. Department of Labor.

۱۷ Massachusetts loss of manufacturing jobs and increase in income are reported in Brookes, "The Myth That Won't Quit," loc. cit.

۱۸ David Gordon's story appeared in "The New Class War," Washington *Post,* October 26, 1986.

۱۹ Barbara Ehrenreich's story was in the September 7, 1986, issue of *The New York Times Magazine,* p. 42.

۲۰ The faulted Joint Economic Committee Democratic Staff Study was released July 1986; that it was pulled from publication is reported in *Insight* (September 22, 1986), p. 49.

۲۱ Robert Avery's comments from *Fortune,* September 14, 1987, p. 32.

۲۲ The *Monthly Labor Review* report appeared May 1988, p. 3.

۲۳ Increased earnings of black and white families over $50,000, from *Money Income and Poverty Status in the United States: 1987,* Current Population Reports, Consumer Income, Series

P-60, No. 161, Bureau of the Census, U.S. Department of Commerce, August 1988.

۲۴ The number of households earning over $50,000 computed with figures from *Money Income of Households, Families and Persons in the United States: 1987,* Current Population Reports, Series P-60, No. 162, February 1989, Bureau of the Census, U.S. Department of Commerce. Description of well-to-do households, from "Growing Middle Incomes," Washington *Times,* August 15, 1986.

۲۵ The *Wall Street Journal* quote appeared in "U.S. Rich and Poor Increase in Numbers; Middle Loses Ground," September 22, 1986.

۲۶ The *Economist* quote from the April 9, 1988, issue, p. 13.

۲۷ Increases in family income, black family income from *Money Income of Households, Families and Persons in the United States: 1987* loc. cit. Percentage of various categories of people employed from *Labor Statistics Derived from the Current Population Survey, 1948–1987,* Bulletin 2307, Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor.

۲۸ James Smith's figure on black middle class, from the September 14, 1987, issue of *Fortune,* p. 32. Data on elderly, from same story.

۲۹ All poverty figures from Ellie Baugher, Bureau of the Census, Poverty Division, U.S. Department of Commerce, August 28, 1989.

۳۰ Robert Samuelson's comments appear in his article "The Two-Tiered Nation," Washington *Post,* August 19, 1987.

۳۱ Poverty of female-headed households, tendency to escape poverty via marriage, figures on families headed by women and of poor families with children, cited in various Bureau of the Census reports and findings, including interviews with Ellie Baugher, Poverty Division, April 18 and August 28, 1989; and *Poverty in the United States 1987,* Current Population Reports, Consumer Income, Series P-60, No. 163, Bureau of the Census, U.S. Department of Commerce.

۳۲ Robert Samuelson quote is from "The Two-Tiered Nation," loc. cit.

۳۳ Median income figures for 1973 and 1985 are from *Changing Times* (January 1987), p. 67, as are women's income figures.

۳۴ Incomes by education level, from *Money, Income and Poverty Status in the United States: 1987,* loc. cit.

۳۵ Unemployment by education, from "Education Level of U.S. Labor Force Continues to Rise," *New Release,* August 29, 1989, Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor.

۳۶ The quote about deregulation is from "Europe's Internal Market," the *Economist,* July 9, 1988.

۳۷ The Green party quote is from "Europe Looks to 1992 as Year Dreams of Union Come True," *The New York Times,* July 16, 1988.

۳۸ The Juan Luis Cebrián quote is from "Europe Looks to 1992," loc. cit.

۲. رنسانس در هنر

۱ More information on each item here appears later in chapter.

۲ Numbers on the Alabama Shakespeare Festival, from interview with Richard Norris of the Festival, July 20, 1989.

۳ Broadway Theater ticket sales (versus baseball), from "Economics Is Dimming the Lights of Broadway," Boston *Globe,* February 1, 1987.

۴ Ticket sales for British musicals, from *Variety,* reported in "Record Regards for Broadway's 1987–88 Season," *The New York Times,* June 2, 1988.

۵ Advance sales figures, from *ADWEEK'S Marketing Week,* July 11, 1988, p. 4, and "It's Not Open Yet, But 'Les Mis' Has Already Set a Record," San Diego *Union,* March 8, 1987.

۶ Data on theater outside New York, from *Town & Country* (November 1987), p. 207.

۷ Theatre Communications Group data, from "Theatre Facts 88," *American Theatre* (April 1989).

۸ Gary Sinise is quoted in "Directors Point Out Theater's Changing Patterns," *Christian Science Monitor,* February 26, 1987.

۹ Mark Medoff is quoted in *Town & Country* (November 1987), p. 207.

۱۰ Information on Old Globe Theatre, from interviews with Mark Hiss and Tom Hall of the theater, January 26, 1989.

۱۱ Jack O'Brien is quoted in "The Town Where Theater Takes Center Stage," *Wall Street Journal,* March 11, 1987.

۱۲ Number of professional companies, from *Profile 1988,* a publication of Opera America, Washington, D.C.

۱۳ Number of season premieres and number of companies with budgets under $100,000, from Central Opera Service, New York City.

۱۴ Deficit figures for 1986, from "Background Information on Recent Trends in National Endowment for the Arts Funding and the Current Conditions of the Five Major Disciplines," March 27, 1987, American Arts Alliance, Washington, D.C.

۱۵ Symphony attendance figures, from American Symphony Orchestra League, Washington, D.C.

۱۶ Growth of regional orchestras, from "A Cacophony of Troubles," Denver *Post,* January 25, 1987, and the American Symphony Orchestra League.

۱۷ Growth of chamber music groups, from Chamber Music America, New York City.

۱۸ Hollywood Bowl numbers are from the Los Angeles Philharmonic.

۱۹ Chicago and Boston Symphony numbers, from "The Sounds of Summer," *The New York Times,* July 5, 1987.

۲۰ Caribana attendance numbers, from Caribbean Cultural Committee, Toronto, Canada.

۲۱ Cleveland-San Jose Ballet, reported in "In the Ballet, a Second Home Helps the Budget," *The New York Times,* January 27, 1988, and "E. F. Hutton Gives Ballet Co-Venture Record $250,000," San Jose *Mercury-News,* March 7, 1987.

۲۲ Coventures in dance, from Dance/USA, Washington, D.C.

۲۳ Dara Tyson is quoted in "Arts Are No Longer Only for Urbanites," *The New York Times,* August 30, 1987.

۲۴ Growth of small publishers appears in *Publishers Weekly* (June 24, 1988), p. 18.

۲۵ Data on writing degree programs, from "The Strange Case of Modern Poetry," Washington *Post,* July 26, 1987.

۲۶ Don Austin of Chicago, Illinois, interviewed March 10, 1989.

۲۷ Leslie Singer is quoted in "Boom in Art Market Lifts Prices Sharply, Stirs Fears of a Bust," *Wall Street Journal,* November 24, 1986.

۲۸ Museum attendance figures are from American Association of

Museums, Washington, D.C.

۲۹ National Gallery numbers, from interviews with Anne Diamonstein and Joanne Prunell of the National Gallery of Art, Washington, D.C., April 3, 1989.

۳۰ Data on Japanese galleries, from *Newsweek* (March 30, 1987), p. 40.

۳۱ Drouot auction house number, from the *Economist* (May 23, 1987), p. 95.

۳۲ Twin Cities data, from *Winter Cities Newsletter,* 1987.

۳۳ Joel Wachs is quoted in "Eyeing the Gallery Scene," Los Angeles *Times,* April 4, 1987.

۳۴ Arnold Glimcher is quoted in "Artwork Orange," Los Angeles *Times,* April 20, 1986.

۳۵ Earl Powell is quoted in "Museum Mania Grips the Globe," Los Angeles *Times,* May 23, 1986.

۳۶ Getty Museum's budget in *Art and Antiques* (December 1986), p. 53.

۳۷ Both Thomas Hoving quotes, from the June 1987 issue of *Connoisseur,* p. 25.

۳۸ Sotheby's and Christie's 1987 sales figures from *Newsweek* (April 18, 1988), p. 60; 1988–89 sales from Sotheby's, New York.

۳۹ Sotheby's Art Index and comparison with S&P 500, from a report in "Investing," *Wall Street Journal,* March 23, 1989.

۴۰ Asher Edelman quote, from *Art and Antiques* (March 1987), p. 49.

۴۱ Data on museums in Chicago, Fort Lauderdale, and Atlanta, from Art Institute of Chicago; "Fort Lauderdale Museum," St. Petersburg *Times,* December 29, 1985; and High Museum of Art.

۴۲ Seattle tax figures, noted in "Voting for Downtown Museum Could Pay Good Return," Seattle *Post-Intelligencer,* September 7, 1986, and "Museum Breathes Sigh of Relief," Seattle *Times,* September 2, 1986.

۴۳ German cities with new museums, from the *Economist* (September 27, 1986), p. 100.

۴۴ Information on Cologne and Frankfurt, from the *Economist* (September 27, 1986), p. 100, and *Art in America* (September 1987), p. 152.

۴۵ Musée d'Orsay attendance figure, from "4 Million Pack Or-

say[*sic*] Art Museum in Year," *Rocky Mountain News,* January 11, 1988.

۴۶ Terra Museum, described in various sources, including "Daniel J. Terra Builds a Chicago Monument," *Wall Street Journal,* April 21, 1987; "Private American-Art Museum," *The New York Times,* April 20, 1987; and *ARTnews* (September 1987), p. 36.

۴۷ Dominique de Menil is quoted in *Art and Antiques* (March 1987), p. 49.

۴۸ Collections of Charles Shipman Payson and William Foxley and subsequent museums are described in various sources, including "The Art Boom," *The New York Times,* June 23, 1985; "Visit Denver's Museum of Western Art" (press kit information); and *Art & Auction* (November 1983), p. 88.

۴۹ History and description of National Museum of Women in the Arts, from sources, including *Museum & Arts Washington* (March–April 1987), p. 27; "Women's Works," Detroit *Free Press,* November 17, 1986; and National Museum of Women in the Arts, Washington, D.C.

۵۰ Les Disharoon's fund-raising efforts and quote from "Orchestras Face the Music," *Christian Science Monitor,* July 7, 1988.

۵۱ Financial impact of Cleveland Playhouse Square and Center, arts in L.A. and Great Britain, from *Horizon* (December 1986), p. 9; "Cities Finding That Art Often Beautifies Budgets," *The New York Times,* March 27, 1986; and the *Economist* (July 30, 1988), p. 59.

۵۲ Attendance figures for French museums, reported in *FRANCE Magazine* (Summer 1988), p. 19, and "For Pompidou Center, Cheers After 10 Years," *The New York Times,* February 17, 1987.

۵۳ David Birch on the arts, from "Broward Puts Money on Culture to Attract and Keep Business," Miami *Herald,* October 27, 1986.

۵۴ Importance of the arts to Americans, from *Americans and the Arts, 1984 Highlights,* Louis Harris poll.

۵۵ Lee Hamilton quote, from a newsletter to constituents, reported in "NEA: The First 20 Years," Washington *Post,* September 26, 1985.

۵۶ The arts in Washington, D.C., from *ARTS SPACE A Report of*

the Mayor's Blue Ribbon Committee for Promotion of the Arts and Economic Development, District of Columbia, February 1988, and "Commentary on the Arts," Patrick Hayes on radio station WGMS, March 2, 1988.

٥٧ Data on financial impacts of museum shows and festivals as follows: Chagall in Philadelphia, from "Cities Finding That Art Often Beautifies Budgets," *The New York Times,* March 27, 1986. Renoir in Boston, from "Renoir Exhibit Brought $30 Million into Boston—Study," Boston *Globe,* May 30, 1986. Van Gogh in New York study, reported in *Art and Antiques* (May 1986), p. 116.

٥٨ Edinburgh, from the *Economist* (August 8, 1987), p. 82. Spoleto USA in Charleston, from the *Economist* (May 31, 1986), p. 24.

٥٩ Description of Maine Center from various sources, including "State Arts Center Opens," Boston *Globe,* September 22, 1986, and "A Spiffy Arts Center," *Christian Science Monitor,* September 25, 1986. Joel Katz, quoted in Boston *Globe* story.

٦٠ Mass MoCA, described in various sources, including "A Megamuseum," *The New York Times Magazine* (March 5, 1989), and "Thinking Big at the Guggenheim," *The New York Times,* May 29, 1988.

٦١ The Birmingham arts scene is described in *Horizon* (November–December 1988), p. 25.

٦٢ The Appleton Museum is described in "A World of Art in Ocala," Orlando *Sentinel,* October 5, 1986.

٦٣ The Goodland Carnegie Arts Center is described in *Connections Quarterly,* a publication of the National Assembly of Local Arts Agencies, Washington, D.C. (January 1987), p. 3.

٦٤ The Bakehouse Art Complex from various sources, including "Bakery Gives Rise to Artists' Studios," Miami *Herald,* February 2, 1987, and "Art Rises at Bakehouse," Miami *Herald,* February 6, 1987.

٦٥ John Robinson writes in *American Demographics,* (September 1987), p. 42.

٦٦ Data on work force and artistic occupation increases 1960–1980, from *American Demographics* (April 1988), p. 28.

٦٧ Data for new jobs created and artistic careers in 1980's, from the U.S. Department of Labor.

٦٨ The Census Bureau data are reported in "Research Division

Note #31—April 17, 1989, Artist Employment in 1988," and "Research Division Note #29—February 17, 1988, Artist Employment in 1987," National Endowment for the Arts, Washington, D.C.

۶۹ Judith Jedlicka is quoted in "Corporations' Growing Taste for Visual Art," San Jose *Mercury-News,* July 30, 1985.

۷۰ Paul Gray is quoted in "M.I.T. Widens Engineer Training," *The New York Times,* June 1, 1987.

۷۱ Audio Description reported in *The Commonwealth of Massachusetts Council on the Arts Bulletin* (February–March 1989), p. 4.

۷۲ The U.S. government's arts spending represents the sum contributed by the federal government to the National Endowment for the Arts.

۷۳ Per capita spending figures calculated by dividing U.S. population into annual budgets of U.S. Departments of Defense and Education (provided by the U.S. Office of Management and Budget) and of The National Endowment for the Arts.

۷۴ That corporations contribute $1 billion a year to the arts is a figure from the Business Committee for the Arts, New York City.

۷۵ Figure for total state contributions to the arts, from "Update of State Arts Agency Legislative Appropriations Indicates Significant Increase over 1988 Figures," National Assembly of State Arts Agencies, Washington, D.C.

۷۶ The Washington *Post* estimates appeared in "NEA: The First 20 Years," September 26, 1985.

۷۷ The *Economist* estimates appeared in the March 14, 1987, issue, p. 86.

۷۸ Government funding of the arts in European countries cited are from "In Britain, Many in the Arts Say Profit and Loss Has Replaced Beauty and Truth," *The New York Times,* February 21, 1988.

۷۹ Thatcher arts policy, from "UK Raises Arts Funding by 10% and Plans 'Incentive' Rewards," *Financial Times,* November 6, 1987.

۸۰ Lloyds Bank contribution and Luke Rittner's quote appeared in "In Britain, Many in the Arts Say Profit and Loss Has Replaced Beauty and Truth," *The New York Times,* February 21, 1988.

۸۱ Membership in San Francisco and Boston museums, from vari-

ous sources, including "The Art Boom Sets Off Spree," *The New York Times,* June 23, 1985; interview with membership spokesperson at San Francisco Museum, July 21, 1989; "Museums Seen Catering to Their Visitors," *Christian Science Monitor,* January 11, 1988; and interview with spokesperson, Boston Museum of Fine Arts, July 21, 1989.

۸۲ Norman Pfeiffer and Arata Isozaki are quoted in "Museum Mania Grips the Globe," Los Angeles *Times,* May 23, 1986.

۸۳ Joseph Carper, Larry Reger, and Suzanne Kalkstein's statements appeared in "Traipsing Among the Toulouses Is Bringing in Museum Dollars," *Christian Science Monitor,* May 23, 1986.

۸۴ Description of Field Museum and Carnegie Institute, from "Traipsing Among the Toulouses," *Christian Science Monitor,* May 23, 1986.

۸۵ Jan Fontein's quote appeared in "The MFA's Selling of Renoir Marries Arts and Money," Boston *Globe,* December 22, 1985.

۸۶ Financial data on the Met's museum shop, from "A Nonprofit Institution," *The New York Times,* May 27, 1988, and the museum's *Annual Report.*

۸۷ Smithsonian figures appeared in "Shopping the Mall," Washington *Post,* December 12, 1988.

۸۸ Sales data from Boston's Renoir show appeared in "Renoir Exhibit Brought $30 Million," Boston *Globe,* May 30, 1986, and "The MFA's Selling of Renoir," Boston *Globe,* December 22, 1985.

۸۹ Symphony fund-raising tactics, from "Symphonies Go 'Light'," Orlando *Sentinel,* January 7, 1987 (Buffalo, St. Louis, and Phoenix), and "Marketing Symphony," St. Petersburg *Times,* December 4, 1985 (Boston and Pittsburgh).

۹۰ Louis Spisto was quoted in "Marketing Symphony As If It Were Soap," St. Petersburg *Times,* December 4, 1985.

۹۱ Description of "Fix the Fox" campaign appeared in "Fox Seats for Sale," Atlanta *Journal,* January 23, 1987.

۹۲ Robert Schlosser is quoted in "Theatre Facts 85," *American Theatre* (April 1986).

۹۳ Arena Stage's new marketing approach was described in "Cultural Institutions Join Money Hunt," Washington *Post,* November 26, 1985.

۹۴ The National Endowment for the Arts study is "Research Divi-

sion Note #30—November 30, 1988, The Arts in the GNP Revisited and Revised: For the Third Consecutive Year Consumer Expenditures for Performing Arts Events Exceed Spectator Sports," National Endowment for the Arts, Washington, D.C.

۹۵ Boston's leisure activities are measured in *The Economic Impact of the Arts on the City of Boston,* a study conducted by ARTS/ Boston and Boston's Office of the Arts and Humanities. Washington's are cited in "Museum Going the Most Popular Leisure Activity," Washington *Post,* January 5, 1989.

۹٦ Dayton Hudson's arts spending, from interview with Dayton Hudson spokesperson Vivian Stuck, March 9, 1989.

۹۷ IBM arts funding and J. C. Penney's contribution to Seattle Museum cited in *Art and Antiques* (May 1987), p. 97.

۹۸ The $1 billion figure is cited by Business Committee for the Arts, New York City.

۹۹ John Robinson writes in the September 1987 issue of *American Demographics,* p. 42. Alvin Reiss's comments appear in *Advertising Age* (January 18, 1988), p. 18.

۱۰۰ Carol Palm interview was July 31, 1989.

۱۰۱ Numbers on women as consumers appear in a special report, "Marketing to Women," *Advertising Age* (March 7, 1988).

۱۰۲ Robinson's study on male and female participation in the arts appeared in *American Demographics* (September 1987), p. 42.

۱۰۳ Public TV viewership data, from Publice Broadcasting Service, Alexandria, Virginia.

۱۰٤ Viewership of *Live from Lincoln Center* and *Live from the Met,* from *A Report for Business Leaders from the Consolidated Corporate Fund 1988–1989,* Lincoln Center, New York.

۱۰۵ Corporation for Public Broadcasting contributions, from *Giving U.S.A., The Annual Report on Philanthropy for the Year 1987,* American Association of Fund-Raising Counsel Trust for Philanthropy.

۱۰٦ Sources for opera radio listeners as follows: *Opera Profile 1988,* a publication of Opera America, Washington, D.C. (Metropolitan); *Opera Profile 1986* and *Opera Profile 1988* (Chicago and Louisville).

۱۰۷ Eugene Secunda's study, reported in "Survey: Ad $ Going To Cable, Indies, Shift Began Mid-'80s," *Variety* (August 24, 1988).

۱۰۸ The Saatchi & Saatchi survey is described in "Cable Transition on Way, Says Agency Study," *Variety* (August 3, 1988).

۱۰۹ Cable penetration and projected 1993 figure are from the U.S. Department of Commerce, reported in "B.O. Outlook Flat; Music, Cable Rising," *Variety* (January 4–10, 1989).

۱۱۰ Steven Ross's quote is reported in "WCI's Ross Says Future Is in Cable, Foreign Biz," *Variety* (August 10, 1988).

۱۱۱ Data on A&E network, from various sources, including interviews with Chris Haselfeld, A&E Public Relations Department, March 20 and 21, 1989, and "Cable TV Showcase for the Arts," *Christian Science Monitor,* July 27, 1988. Nicholas Davatzes's quote and description of typical A&E viewer appeared in the *Christian Science Monitor,* story.

۱۱۲ The quote for the Louis Harris poll appeared in "Lost Leisure Time Could Reshape Arts/Entertainment Industries," press release on *Americans and the Arts V.*

۱۱۳ Paul Kagan data on VCRs, from interview with Tom Adams of Paul Kagan Associates, New York City, March 16, 1989.

۱۱۴ *Billboard*'s comments, from interview with Israel Horowitz, classical music division, March 27, 1989.

۱۱۵ J&R Music World's statement, from interview with J&R spokesperson, March 30, 1989.

۱۱۶ Paul Kagan data on cassette rentals and Tom Adams quote from interview with Tom Adams of Paul Kagan Associates, New York City, March 16, 1989, and September 13, 1989.

۱۱۷ Blockbuster Video order, cited by John Hillsman of PMI Home Vision, Chicago, Illinois, interview, March 21, 1989.

۱۱۸ Data on PMI Home Vision, from interview with Christine Lunberg of PMI, March 21, 1989.

۱۱۹ Information on Kultur Video, from various sources, including "Kulture Video Selected as One of America's 500 Fastest Growing Companies by *INC.* Magazine," press release, December 8, 1988; interview with Dennis Headlund, president and founder of Kultur, March 20, 1989; and interview with Johanna Kelly of Kultur, March 16, 1989.

۱۲۰ Companies using opera in commercials as well as Gerry Miller's quote from "Ads Hit High Notes," *USA Today,* January 5, 1989.

۱۲۱ Kevin Wolfe's quote, Miller's reevaluation of baseball advertising, and Dave Martin's quote all appear in a special report, "Sports Marketing," *Advertising Age* (March 13, 1989).

۱۲۲ The story of pro athletes' endorsements as well as Leigh Stein-

berg's quote from the August 17, 1987, issue of *Advertising Age,* p. 32.

۱۲۳ Rawleigh Warner was quoted in "Art, for the Sake of Business," *The New York Times,* October 10, 1985.

۱۲۴ Carol Palm was interviewed July 31, 1989.

۱۲۵ Total number of contributions from various sources to the arts, culture, and humanities is from *Giving U.S.A., the Annual Report on Philanthropy for the Year 1987,* copyright 1988, American Association of Fund-Raising Counsel Trust for Philanthropy.

۱۲۶ Figures on corporate support and sponsor list of National Gallery shows are from an interview and information received from Anne Diamonstein of the National Gallery of Arts, April 3, 1989.

۱۲۷ Lincoln Center figures are from *1979–80 Lincoln Center Consolidated Corporate Fund* and *A Report for Business Leaders from the Consolidated Corporate Fund 1988–1989,* Lincoln Center.

۱۲۸ Judith Jedlicka is quoted in "Performers' Group Wins Broader Support," *Wall Street Journal,* January 15, 1987.

۳. ظهور سوسیالیسم بازار آزاد

۱ The Mikhail Gorbachev comments are from "Soviet Farm Reform," *Financial Times,* October 14, 1988.

۲ The Pavel Bunich quote is from a conversation with the authors in July 1988.

۳ The Vadim Zagladin quote is from a conversation with the authors in November 1986.

۴ The Aleksandr Gelman quote is from a conversation with the authors in July 1988.

۵ The authors met with Vladislav Starkov in July 1988.

۶ The Aleksandr Gelman quote is from a conversation with the authors in July 1988.

۷ The Fyodor Burlatsky quotes are from conversations with the authors in November 1986 and October 1988 and from "Soviets Now Hail China," *Wall Street Journal,* September 18, 1987.

۸ The mayor of Shenyang quote is from "Comparing Two Communist Paths," Washington *Post,* April 6, 1987.

۹ The Dimitri Lisovolik quote is from a conversation with the

authors in July 1988.

۱۰ The Mikhail Gorbachev quotes are from "Soviet Legislators Adopt Gorbachev's Reform Plan," Washington *Post*, December 2, 1988.

۱۱ The Janos Hoos quote is from "Hungary Leads in Reforms," Washington *Post*, April 6, 1987.

۱۲ The Peter Lorincze quotes are from "Hungary Must Press On," *Wall Street Journal*, July 3, 1987.

۱۳ The Istvan Foldesi quote is from "Poland, Now Hungary?," *International Herald Tribune*, September 7, 1989.

۱٤ The Leslie Colitt quote is from "Listening to the Voice of Hungary," *Financial Times*, April 28, 1989.

۱۵ The Ivan Lipovecz quote is from the Washington *Post*, February 16, 1987.

۱٦ The Imre Pozsgay quote is from *The New York Times*, December 3, 1987.

۱۷ Communications Ministry official quote and Zdislaw Zniniewicz quote from "Satellite Dishes Give Poles," Washington *Post*, February 16, 1987.

۱۸ The quote about Lech Walesa reported in "A Burnt-Out Light Bulb," *The New York Times Magazine*, July 30, 1989.

۱۹ The Lech Walesa quote from "Polish Parliament OK's Government," *Rocky Mountain News*, September 13, 1989.

۲۰ Economic Minister outline quote from "Solidarity Tells How It Will Cure Poland," Washington *Post*, September 12, 1989.

۲۱ The Bronislaw Geremek quote is from "Developing a Ruler Psychology," *Financial Times*, July 15, 1989.

۲۲ The Lech Walesa quote is from the *Financial Times*, April 6, 1989.

۲۳ The quote about Gorbachev is from the *Economist*, April 25, 1987, p. 45.

۲٤ The Stanislaw Lem quote is from the *Financial Times*, October 14, 1988.

۲۵ The quote from the School of Planning theorist is from "Hungary Leads in Reform," Washington *Post*, April 6, 1987.

۲٦ The Willy Brandt quote is from "Socialists Revise Objections," *Financial Times*, June 3, 1989.

۴. شیوهٔ جهانی زندگی و ناسیونالیسم فرهنگی

۱ Paloma Picasso is quoted in "Around the World of Designers," Washington *Post,* November 8, 1987.

۲ The Leif Johansson quote is from "Electrolux Goes for Global Lifestyles," *Financial Times,* March 28, 1988, as is the description of Electrolux's product strategy.

۳ Results of the Landor Associates survey and John Diefenbach quote from "Coke, IBM Put Their Brands on the World," *USA Today,* November 15, 1988.

۴ "Speak Mandarin" campaign, Welsh, Catalan, and Quebecois language, and Soviet nationalism are described later in the chapter.

۵ Edward Cody's Washington *Post* story entitled "Rise in Islamic Fundamentalism," which describes Islamic scarf ban appeared April 4, 1989.

۶ Keniichi Tsujino is quoted in *Business Week* (March 23, 1987), p. 54.

۷ Figures on Japanese tourists in the United States, from the Japan National Tourist Organization, New York City.

۸ U.S. air travel today and in 2000, from the Federal Aviation Administration, U.S. Department of Transportation. Global airline travelers, from the International Air Trasport Association, Washington, D.C. Worldwide air travel in 2000, from the International Civil Aviation Organization, Montreal, Canada.

۹ Figure on Italian imports to the United States and number of French cheeses, from *Europe* (June 1986), p. 16.

۱۰ Gurume chicken from "Melting Pot: Kosher Burritos," *Wall Street Journal,* March 10, 1987.

۱۱ The quote from Terrence Conway and the description of Handy Company from *Insight* (July 13, 1987), p. 44, and interview with spokesperson of the John T. Handy Company, February 10, 1989.

۱۲ Description of Chili's and Barry Ritman's quote were from "Kosher Tex-Mex Food," Houston *Chronicle,* December 30, 1986.

۱۳ Notice of Best Foreign Food award appeared in "In Paris, a Taste for 'Tex-Mex,'" *The New York Times,* December 13, 1985.

۱۴ Susan Hirano quote, from interview, October 30, 1987.

۱۵ Kroger supermarket, from "Seafood," St. Petersburg *Times,* December 4, 1986.

۱۶ American ice-cream and cookie shops in Japan, described in the June 30, 1986, issue of *U.S. News & World Report,* p. 46, and "Tokyo Takeout," *Wall Street Journal,* March 3, 1987.

۱۷ Percentage increases in all restaurants as well as in Asian, Mexican, and Italian restaurants, from *American Demographics* (July 1987), p. 29.

۱۸ All McDonald's information, from company publications, including *1988 Annual Report McDonald's Corporation,* "McDonald's Reports 95th Consecutive Quarter of Record Operating Results," news release, January 26, 1989, and *McDonald's Corporation 1986 Financial Highlights;* interviews with Anne Tolle, McDonald's media relations associate, February 13, 1989, June 12, 1989, and July 31, 1989, and these print sources: *Economist* (April 16, 1988), p. 58; *Time* (April 13, 1987), p. 58.

۱۹ Description of Beijing's Kentucky Fried Chicken, from "A Kentucky Colonel in the Heart of Beijing," San Jose *Mercury-News,* November 13, 1987, and interview with Richard Detwiler, director of public affairs, Kentucky Fried Chicken, February 9, 1989.

۲۰ Increases in U.S. fast food in Japan between 1974 and 1984 and Shin Ohkawara quote, from "Tokyo Takeout," *Wall Street Journal,* March 3, 1987.

۲۱ U.S. franchise outlets in Japan today, from *Franchising in the Economy, 1986–1988,* International Trade Administration, U.S. Department of Commerce, February 1988.

۲۲ Kentucky Fried Chicken in Japan and worldwide, from interview with Richard Detwiler of Kentucky Fried Chicken, February 9, 1989.

۲۳ Domino's in Tokyo, from "Domino's Is Upper Crust in Tokyo," San Jose *Mercury-News,* February 11, 1987.

۲۴ Japanese wine imports, from *Trendscape* (Spring 1987), p. 73.

۲۵ Information on wine tariff and tax, from interview with Jim Clawson of the Wine Institute, Washington, D.C., February 20, 1989, and July 20, 1989.

۲۶ Kozozushi Honbu, McDonald's in 1986, and Daiei sales figures, from "Fast Food on Every Corner," Miami *Herald,* November 22, 1987.

۲۷ McDonald's current sales from *Forbes* (October 17, 1988), p. 64.

۲۸ 7-Elevens in Japan, from *1988 Corporate Profile,* Southland Corporation.

۲۹ Kazutaka Kato is quoted in "Fast Food on Every Corner," Miami *Herald,* November 22, 1987.

۳۰ The sellout of American Studies review on cuisine noted in "French Swallow Their Words," Los Angeles *Times,* December 22, 1986.

۳۱ The American-style restaurants cited are described in the following sources: Joe Allen, from "French Swallow Their Words," Los Angeles *Times,* December 22, 1986; Rival Coffee Shop, Randy & Jays, and the Chicago Pizza Pie Factory, from "They Brought the Diner Home to Paris," Philadelphia *Inquirer,* November 23, 1986; Marshal's, in *Gourmet* (January 1987), p. 24.

۳۲ Elaine Bourbeillon is quoted in "U.S. Food a Paris Rage," San Diego *Union,* June 4, 1987, which also describes the General Store.

۳۳ Oscar de la Renta and Laurie Mallet are quoted in "Around the World of Designers," Washington *Post,* November 8, 1987.

۳۴ Description of *Elle* magazine and the number of international editions and new editions being discussed, from interviews with Didi Guerin, president, Hachette Publications, New York, August 2, 1989; and Abbe Murray, *Elle* International, July 31, 1989. Circulation, from "Wooing the Wealthy Reader," *The New York Times,* October 14, 1987.

۳۵ Description of Harrods' catalog from "Can't Go to Harrods' Sale?" *USA Today,* July 14, 1986, and interview with a Harrods spokesperson, February 10, 1989. Overseas sales and description of produce section, from "Harrods Is Shopping Center for the Whole World," Denver *Post,* August 2, 1987.

۳۶ Description of Printemps from "Denver Shop Has French Accent," *USA Today,* November 12, 1987, and "In Denver, Printemps Opens," *The New York Times,* November 12, 1987.

۳۷ Quote from Frank Ball appeared in "Denver Shop Has French Accent," *USA Today,* November 12, 1987.

۳۸ Milan's *paninari* are described in "Latest Chic Look Borrows Americana from Italians," Miami *Herald,* May 31, 1987.

۳۹ Chinese fashion, described in various sources, including "Chi-

nese Fashion Blossoms," *Christian Science Monitor,* July 23, 1987, and "Dust-Defying Fashion Latest Blooming Trend," Baltimore *Sun,* April 22, 1987. Pierre Cardin in China, described in *Forbes* (May 2, 1988), p. 90.

۴۰ Research and Design Center and Pierre Berge actions, from "Notes de la Mode," Washington *Post,* July 23, 1989; "Chinese Fashion Blossoms," *Christian Science Monitor,* July 23, 1987.

۴۱ An account of Saint Laurent show in USSR is published in "Capitalist Chic Comes to Communist Bloc," Philadelphia *Inquirer,* December 3, 1986.

۴۲ Information on Benetton, from various sources, including interview with Jeremy Weithas, media contact at Benetton Service Corporation, New York, February 14, 1989, and these print sources: "The Benetton Group, What Is Benetton," press release; *Europe* (January–February 1989), p. 20; "Benetton Is Accused of Dubious Tactics," *Wall Street Journal,* October 24, 1988; *Business Week* March 14, 1988, p. 78; *New Yorker* (November 10, 1986), p. 53.

۴۳ Description of Esprit customer, from *Esprit Corporate Book,* reported in *Newsweek* (November 12, 1984).

۴۴ Numbers of Esprit stores, percentage of sales outside the United States, and description of headquarters, from interviews with Lisa DeNeffe, Esprit, February 7, 1989, and July 20, 1989.

۴۵ Esprit does not release sales figures; estimate of Esprit sales from *Forbes* (March 21, 1988).

۴۶ Doug Tompkins is quoted in *Inside* magazine, published in Japan. Quote verified by Esprit.

۴۷ That Laura Ashley is a favorite of Prime Minister Thatcher is reported in *Working Woman* (August 1986), p. 53.

۴۸ History and numbers of Laura Ashley shops, from various sources, including interview with Sarah Callander of Laura Ashley, North America, March 24, 1989; *Working Woman* (August 1986), p. 53; *Forbes* (December 2, 1985); and *Newsweek* (September 17, 1984).

۴۹ Habitat/Conran's description from various sources, including interviews with Pat Grabel, Conran's press office, New York, February 16, 1989, and March 2, 1989; "History of Conran's," news release; "Pauline Dora, President," news release; *Working*

Woman (August 1986), p. 53; and *Metropolitan Home* (December 1984), p. 71.

۵۰ IKEA description and numbers, from various sources, including interview with Lynn Till, assistant to the president, IKEA North America, June 9, 1989; interview with spokesperson, July 20, 1989; *IKEA USA Facts,* 1989; *IKEA Facts 88/89,* September 1988; *Time* (July 27, 1987); and "With Big Selection and Low Prices," *Wall Street Journal,* June 17, 1986.

۵۱ Chanel electronic pricing, from interview with Chanel spokesperson, October 1988.

۵۲ French and American films released in 1986, from "France," *International Film Guide 1987,* p. 155.

۵۳ First three months of 1988 French film market share, described in "Dateline Hollywood," Washington *Post,* July 1, 1988.

۵۴ French pop chart January 1987, from "French Sing Blues over Their Songs," Los Angeles *Times,* January 24, 1987.

۵۵ Li Delun's quote is from *World Press Review* (January 1986), p. 56.

۵۶ Descriptions of dance and disco in China are from "Young, Old Are Rockin' in China," Los Angeles *Times,* May /, 1988.

۵۷ Description of Studebaker's is from "U.S. Gets Toyotas, Japan Gets Studebaker's," Houston *Chronicle,* October 13, 1986.

۵۸ Disneyland in Japan and Toshio Kagami's quote are from *Business Week* (March 9, 1987), p. 69.

۵۹ EuroDisneyland is described in various sources, including *Business Week* (March 9, 1987), p. 69, and "World's Fourth Magic Kingdom Planned for Outskirts of Paris," Atlanta *Journal,* July 27, 1987.

۶۰ The *Economist*'s 170-country circulation is from the *Economist,* July 25, 1987.

۶۱ Sam Roberts quote, from "Increase in Channels Abroad Opens Market for TV News," *Wall Street Journal,* April 12, 1988.

۶۲ U.S. news programs in France and Japan, reported in various sources, including "Increase in Channels Abroad," *Wall Street Journal,* April 12, 1988, and "American Networks Seek Global Audience," Los Angeles *Times,* January 5, 1988.

۶۳ The figures on the percentage of TV imported from the United States are extremely conservative as our source is more than four years old *World Press Review* (October 1985), p. 34.

۶۴ U.S. television shows around the world, from following sources: *Dallas*, reported in *The Harper's Index Book*, (New York: Holt, 1987); New Zealand, from *Atlantic*, September 1986, p. 14; South Africa, from interview with a spokesperson for Listener Programs in South Africa, February 21, 1989; China, from "Peking Duck, New Market for an Old Bird," Philadelphia *Inquirer*, October 27, 1986; interview with spokesperson for NBC's *Today* show, July 31, 1989; *Sesame Street* from interview with Mary Sue Holland, Children's Television Workshop, New York City, February 10, 1989; *La Roue de la Fortune* in France and other foreign spin-offs from interview with Alison Kossow of King World, New York City, February 10, 1989; and "Hot TV Game show Translating into a Winner in France," Chicago *Tribune*, September 7, 1987.

۶۵ The *Independent Television News*, from interview with spokesperson, the *Independent Television News*, Washington, D.C., February 22, 1989, and "English-Language TV News Now Reaching 14 Nations," Atlanta *Journal*, February 3, 1987.

۶۶ Super Channel and Sky Television, from Super Channel, London; and the *Economist* (October 22, 1988), p. 20.

۶۷ Scope of CNN is from interview with CNN spokesperson, May 24, 1989.

۶۸ Polish television options, described in "Poland Enters Satellite Age," Philadelphia *Inquirer*, September 21, 1986, and "Eastern Europe Picks Up BBC," *Financial Times*, January 12, 1988.

۶۹ USSR TV in Israel is from "Coming Attractions," Los Angeles *Times*, July 21, 1987.

۷۰ Raphael Roncagliolo's quote, description of Ocobamba, Peru, and Carlos Romera's quote are from "TV Opens Up Remote Villager's World," Washington *Post*, March 10, 1988.

۷۱ *Dallas*'s popularity with Tuareg is described by Robert McCrum, William Cran, and Robert MacNeil in *The Story of English* (New York: Viking, 1986).

۷۲ Number of potential viewers in India is from the Indian Embassy, Washington, D.C. Televisions and viewers in China, from the Chinese Embassy Press Office, February 21, 1989.

۷۳ The *World Press Review* report in the December 1986 issue, p. 27. Description of Yue-Sai Kan's shows and viewership in

China, from interview with Yue-Sai Kan, February 22, 1989, and *Business Week* (January 19, 1987), p. 91.

۷۴ U.S. movie distributors in China, from interview with spokesperson MGM/UA Communications, International Distribution, June 12, 1989.

۷۵ *Hunter* in China and Michael Jay Solomon's quote from "China's Appetite for U.S. TV," *The New York Times,* May 28, 1988.

۷۶ Richard Pawelko's quote appeared in "Eyeing a Continental Audience," Boston *Globe,* November 23, 1986.

۷۷ Georgie Anne Geyer's column appeared in the *Washington Times,* February 27, 1989.

۷۸ Numbers who speak English as a second language and with some knowledge of English, cited in *U.S. News & World Report* (February 18, 1985), p. 49.

۷۹ English's official or semiofficial status in sixty countries and English speakers by 2000, from *International Management* (February 1988), p. 59.

۸۰ English as most taught language from Kurt Muller, National Council on Foreign Languages and International Studies, February 1988.

۸۱ Numbers of Chinese English students and countries where English is a second language or widely studied are from *U.S. News & World Report* (February 18, 1985), p. 49.

۸۲ English study in various countries, reported in sources listed below: Hong Kong, France, and Japan, from *U.S. News & World Report* (February 18, 1985), p. 49; USSR, Norway, Holland, and Portugal, from *International Management* (February 1988), p. 59; Sweden, from the Embassy of Sweden; and Denmark, from the Embassy of Denmark.

۸۳ Charles Wick is quoted in *Publishers Weekly* (January 10, 1986), p. 22.

۸۴ Description of USIA is from *U.S. Information Agency Fact Sheet,* February 1989.

۸۵ English schools in Tokyo from "Japanese Are Striving for International Flair," Dallas *Morning News,* October 4, 1987.

۸۶ Information on Berlitz from various sources, including interview with (and printed matter from) Patricia Sze, director of marketing, Berlitz Language Centers, February 16, 1989.

۸۷ Werner Siems, chief of editorial services, U.S. Coast Guard, Washington, D.C., quote from interview, August 17, 1987.

۸۸ English-language information in computers is from McCrum, Cran, and MacNeil, op. cit., p. 20.

۸۹ Number of computers worldwide is from interview with Lloyd Cohen of International Data Corporation, May 25, 1989.

۹۰ English telephone conversations, from *Harper's Index Book* op. cit., p. 43.

۹۱ Mail, telexes, and cables data, from McCrum, Cran, and MacNeil, op. cit., p. 20.

۹۲ Computer instructions and software, from *International Management* (February 1988), p. 59.

۹۳ English scientific papers from *Newsweek* (November 15, 1982), p. 99.

۹۴ Number of technical and scientific periodicals in English, from McCrum, Cran, and MacNeil, op. cit., p. 20.

۹۵ Sources for use of English at multinational corporations is as follows: Datsun and Nissan, Aramco and Chase Manhattan, from McCrum, Cran, and MacNeil, op. cit., p. 41; Mitsui and Company and Toyota, from *U.S. News & World Report* (February 18, 1985), p. 49; Iveco, Philips, and Cap Gemini Sogeti SA, from *International Management* (February 1988), p. 59.

۹۶ English at École des Hautes Études Commerciales, from "One of France's 'Grand Écoles' Tries English," Houston *Chronicle*, June 2, 1986.

۹۷ English in international organizations from McCrum, Cran, and MacNeil, op. cit., pp.42–43. Number of languages in India and Gandhi's English address, reported in McCrum, Cran, and MacNeil, op. cit., pp. 39, 20; percentage who speak Hindi from *The Futurist* (July–August 1986), p. 9; English at European Free Trade Association, from the *Economist* (July 18, 1987), p. 18.

۹۸ English in Africa, from *U.S. News & World Report* (February 18, 1985), p. 49; "Languages of the World," *Encyclopaedia Britannica*, 1987; World Council of Churches, Olympics, and Miss Universe, from McCrum, Cran, and MacNeil, op. cit., p. 20.

۹۹ Numbers of U.S. students studying foreign language, from "Foreign Language Study on Rise," Los Angeles *Times*, January 17, 1988.

۱۰۰ States requiring language, cited in *State Education Indicators*

1988, the Council of Chief State School Officers, Washington, D.C.

۱۰۱ Virginia's language students, reported in "Education's New International Wave," *Christian Science Monitor,* March 1, 1989.

۱۰۲ Berlitz enrollment increases, language school earnings, and NYU's language revenue, reported in "It's Not Just 'English Spoken Here,'" *International Herald Tribune,* August 8, 1988.

۱۰۳ Numbers of Japanese-language students: in California, from interview with spokesperson, California Department of Education, Foreign Languages Unit, July 31, 1989; in Hawaii, from "Why Foreign Languages Are Relevant," *The New York Times,* January 4, 1987.

۱۰۴ Percentages of U.S. college students studying Japanese, Chinese, and Russian, from the Modern Language Association, reported in *U.S. News & World Report* (December 28, 1987–January 4, 1988), p. 114.

۱۰۵ William Cipolla's quote is from "It's Not Just 'English Spoken Here,'" *International Herald Tribune,* August 8, 1988.

۱۰۶ Data on Spanish-language study is from the Modern Language Association, reported in *U.S. News & World Report,* cited above, p. 114.

۱۰۷ Tim Mayfield's quote is from "English language Turns into 'Japlish' and Proliferates," Chicago *Tribune,* June 10, 1987.

۱۰۸ American English at the Smithsonian is described in "Learning to Sling the Slang," Boston *Globe,* August 8, 1986.

۱۰۹ Richard Lewis's quote appeared in *International Management* (February 1988), p. 59.

۱۱۰ Akira Nambara is quoted in "Japanese Are Striving for International Flair," Dallas *Morning News,* October 4, 1987.

۱۱۱ Quebec, Catalonia, and Wales, discussed in greater detail in the chapter's remaining pages.

۱۱۲ English restrictions in the Philippines, Malaysia and Sudan, from interviews with Dr. Peter Lowenberg, professor, Georgetown University School of Languages and Linguistics, November 9, 1987, and Dr. Dick Tucker, president, Center for Applied Linguistics, November 9, 1987.

۱۱۳ English limits in more than a dozen countries, from *Newsweek* (November 15, 1982), p. 99.

۱۱۴ Moorhead Kennedy's *The Ayatollah in the Cathedral* is pub-

lished by Hill and Wang (New York, 1986). Remarks cited from on pp. 54–55.

۱۱۵ Resurgence of traditional Japanese culture from the *Economist,* March 19, 1988, p. 26.

۱۱۶ Percentage speaking Welsh at end of nineteenth century, in 1930's, and in 1983, from Jan Morris, *The Matter of Wales,* (London: Oxford University Press, 1984), pp. 240, 244.

۱۱۷ Sources for examples of Welsh revival as follows: Modified Ulpans and the play school movement, from Bud B. Khleif, *Language, Ethnicity, and Education in Wales* (New York: Mouton Publishers, 1980), pp. 66–67. League of Youth is from Khleif, op. cit., p. 65, and interview with Stephen George, Education Services Division, Welsh Office, Cardiff, Wales, March 21, 1989. Radio, newspapers, and television, from the British Information Line, New York, New York.

۱۱۸ Emlyn Davis is quoted in "Eyeing a Continental Audience," Boston *Globe,* November 23, 1986.

۱۱۹ Commute to Welsh schools is cited in Khleif, op. cit., p. 43.

۱۲۰ Numbers of schools using Welsh or teaching no Welsh, from interview with Jeff Penn, Education Services Division, Welsh Office, Cardiff, Wales, March 20, 1989.

۱۲۱ Description of the Eisteddfod and Junior Eisteddfod and quote appear on pp. 64–65 of Khleif, op. cit., pp. 64–65.

۱۲۲ This quote appears in Morris, op. cit.

۱۲۳ Impacts of Quebec's language laws cited in following sources: brain drain and French investment, from *U.S. News & World Report* (February 18, 1985), p. 45; loss of English newspapers and Sun Life's move, reported in "Quebec and Montreal: Two Languages Add to Their Rivalry," *Christian Science Monitor,* May 31, 1985; French university enrollments, from *Daedalus* (Fall 1988), p. 265.

۱۲۴ Violations of language laws, cited from "Quebec's Bilingual Battle Is No Mere War of Words," Los Angeles *Times,* April 10, 1988.

۱۲۵ Catalan's percentage of Spanish economy, from Myrtha Casanova, Grupo Mega de Estudios de Tendencias y Prospectiva, S.A., February 21, 1989.

۱۲۶ Joan Brossa is quoted in *National Geographic* (January 1984), p. 95.

۱۲۷ Examples of the Catalan renaissance are drawn mainly from interview with Myrtha Casanova, identified above, February 21, 1989. Additional information on book publishing from *Publishers Weekly* (September 14, 1984), p. 106. Gatherings, dances, and quote, from Jordi Pujol, "Catalonia: A Benign Bid for Change," Los Angeles *Times,* April 26, 1986.

۱۲۸ Description of Speak Mandarin campaign and Prime Minister Lee Kwan Yew's concerns are reported in "In the Global Village, Seeking an Exit," *The New York Times,* November 5, 1988.

۱۲۹ Soviet nationalism, described in various sources, including "Resurgent Nationalism," Washington *Post,* August 9, 1987, and *Christian Century* (January 25, 1989), p. 81.

۱۳۰ Language laws in Estonia and other USSR republics, reported in various sources, including "Estonia Votes to Make Its Own Language Official," *The New York Times,* January 19, 1989, and "Moldavian Language Proposals," Washington *Post,* January 1, 1989. "Soviet republic replaces Russian," *Financial Times,* September 1, 1989; "Latvians to Seek a 'Special Status,'" *The New York Times,* September 1, 1989..

۱۳۱ Walter Truett Anderson writes in *Utne Reader* (November 1988), p. 97.

۵. خصوصی کردن نظام رفاه عمومی

۱ The quote about Margaret Thatcher is from Peter Jenkins, *Mrs. Thatcher's Revolution: The Ending of the Socialist Era* (London: Jonathan Cape, 1987).

۲ The Madsen Pirie quote is from "Governments Put Themselves Out of Business," *Christian Science Monitor,* May 26, 1987.

۳ The John Biffen and Prime Minister Thatcher quotes are from "All Thatcherites Now," *Financial Times,* October 6, 1987.

۴ The Neil Kinnock quote is from "Kinnock Fights Copycat-Party Image," *The New York Times,* September 30, 1987.

۵ The Clive Wolman quote is from the *Financial Times,* March 31, 1987.

۶ The Sir John Egan quote is from "Privatization: Irreversible," *Financial Times,* March 25, 1987.

۷ The Corazon Aquino quote is from *The New York Times,* May

24, 1989.

۸ The prime minister of Portugal (Anibal Cavaco Silva) quote is from "Pragmatic Privatization," *Financial Times*, September 7, 1987.

۹ The Ruud Lubbers quotes are from an interview on the "Monday Page" in the *Financial Times*, December 15, 1986.

۱۰ The Turgut Ozal quote is from "Turkey to Start Long-Promised Program," *Wall Street Journal*, August 25, 1987.

۱۱ The Pierre Fortier quote is from "Quebec's Drive to Sell Off State Firms," *Wall Street Journal*, April 9, 1987.

۱۲ The Koffi Djondo quote is from "In Africa, a Rush to Privatization," *The New York Times*, July 30, 1987.

۱۳ The Peter Ferrara quotes are from "Social Security and Private Options," *Washington Times*, July 1, 1987.

۱۴ The Stefano Draghi and Massino Pini quotes are from "Italy's Communists," *The New York Times*, June 21, 1987.

۱۵ The Bengt Westerberg and Daniel Tarshys quotes are from "Swedish Opposition Leader," *Christian Science Monitor*, September 10, 1987.

۱۶ The Abel Aganbegyan quote is from a conversation with the authors in May 1988.

۱۷ AFDC figures, from the Department of Health and Human Services, Washington, D.C.

۱۸ Charles Murray's *Losing Ground*, was published by Basic Books, New York, 1984. The statistics cited appeared on pp. 8, 14.

۱۹ Description of Massachusetts workfare program, from interviews with Sharon Gillis of Massachusetts Education and Training, June 8 and 16, 1989.

۲۰ The Michael Dukakis quote appeared in "Don't Punish Welfare Recipients; Hire Them," a *USA Today* interview with Michael Dukakis, August 15, 1985.

۲۱ The Barry Schiller quote is from "Workfare Not Such a Sweeping Success," *Wall Street Journal*, May 14, 1986.

۲۲ The Charles Atkins quote is from "Welfare Revised," *Wall Street Journal*, July 23, 1986.

۲۳ Program descriptions from the following interviews: Michigan, from Bob Harris, director of communications, June 28 and 29, 1989, and July 24, 1989; Oklahoma, from Verne Belknap, administrative officer, June 20, 1989; Illinois, from Dan Pitman,

information officer, June 9, 1989.

٢٤ The William Raspberry column, "Workfare Works," appeared in the Washington *Post,* December 17, 1986.

۲۵ The Ilene Margolin quote is from "Albany Prepares 2 New Job Plans," *The New York Times,* December 1, 1985.

٢٦ The Lawrence M. Mead quote is from "The Value of Workfare," *The New York Times,* November 12, 1985.

۲۷ Mitchell I. Ginsberg and Michael Dowling are quoted in "Workfare in New York," *The New York Times,* October 24, 1985.

۲۸ The Mario Cuomo quote appeared in "Cuomo Wants to Go Beyond Workfare," *The New York Times,* January 26, 1986.

٦. ظهور کشورهای حاشیهٔ اقیانوس آرام

Note: U.S. Department of Commerce is abbreviated as Commerce Dept. The U.S. Department of Commerce publication *Foreign Economic Trends and Their Implications for the United States,* is abbreviated as *Foreign Economic Trends* and name of country is appended. *Business America* is a publication of the U.S. Department of Commerce.

۱ Estimated percentage of world population for Asia and Europe, from *Europe* (May 1986), p. 30.

۲ Size and growth of Pacific market, from World Trade Commission, Sacramento, California, April 6, 1989.

۳ John Hay's quote appeared in *Facts on the Pacific Rim,* Office of Economic Research, California Department of Commerce, May 1987.

٤ More Koreans than Britons in schools of higher education, from the *Economist* (June 20, 1987), p. 9.

۵ Pacific Rim's fastest growth rate, from *Department of State Bulletin* (June 1987), p. 80.

٦ The *Economist* quote appeared in the July 18, 1987, issue, p. 3.

۷ Only one Japanese bank in top ten ten years ago, reported in the *Economist* (July 30, 1988), p. 13; ranking of Japanese banks today from *American Banker,* July 24, 1989.

۸ Pacific Rim's GNP thirty years ago and by 2000, from "World Economic Power Is Shifting," *Financial Times,* June 30, 1988.

۹ Tiger export figures 1975 to 1988, from "World Economic

Power Is Shifting," *Financial Times*, June 30, 1988. Tiger's share of electronic exports, from "A Push Towards Global Status," in same issue.

۱۰ Taiwan's export-related jobs, from "Taiwan Beginning to Make Trade with America," Dallas *Morning News*, August 24, 1987. Percent of Singapore goods exported, from "Singapore," *Economist* (November 22, 1986). Foreign exchange reserves, reported in the *Economist* (July 30, 1988), p. 13.

۱۱ U.S. exports (1988) to South Korea, France, Taiwan, Italy, and Sweden, from country desks, Commerce Dept.

۱۲ Per capita 1986 sales in "Move Now Toward a Pacific Free-Trade Area," *Christian Science Monitor*, November 18, 1987.

۱۳ U.S. trade in 1960, from *Highlights of U.S. Export and Import Trade*, Bureau of the Census, FT 990, Commerce Dept., August 1967. Pacific trade exceeding Atlantic in 1983, from *Department of State Bulletin* (April 1989), p. 33. Trade in 1988 from *U.S. Export and Import Fact Sheets* (December 1988), Commerce Dept., Trade Reference Room.

۱۴ China trade with Taiwan, from "Taiwan's Entrepreneurs Quietly Moving," *Wall Street Journal*, May 6, 1988; Taiwan desk, Commerce Dept.

۱۵ Fall fashion show quote, from "The Japanese Vanguard," Washington *Post*, March 21, 1987. Story on spring shows appeared October 16, 1987.

۱۶ Japanese designers and Kawakubo's holdings, described in "Very Much in the Western Style," *Financial Times*, December 7, 1988.

۱۷ Quotes by Bernard Portelli and Jay Specter, from *Insight* (November 3, 1986), p. 9.

۱۸ Richard Bliath is quoted in the *Economist* (January 26, 1985), p. 87.

۱۹ Estimate of Japanese art buying, from "Foreign Culture Squeezes Out Domestic Artists," *Financial Times*, July 15, 1987.

۲۰ New Japanese artists' show and quote, from Alexandra Munroe, "Made in Japan," Los Angeles *Times*, March 19, 1989.

۲۱ Singapore's Empress Palace from *Passport* newsletter, August 1989, p. 1.

۲۲ Hong Kong arts scene, described in "Home of a Vibrant Arts Scene," *Financial Times*, June 18, 1987. Academy of the Per-

forming Arts described in "Hong Kong School Breaks Down Cultural Barriers," Los Angeles *Times,* March 19, 1989.

۲۳ Cinema attendance, reported in *Variety* (February 1–7, 1989), p. 81. Films and prizes from *Beijing Review* (March 6–12, 1989), p. VII.

۲٤ Eddie Lau quote, reported by Joel Kotkin and Yoriko Kishimoto in *INC.* (January 1987), p. 23.

۲۵ Peter Sellars is quoted in "A Look into the Future," Los Angeles *Times,* March 19, 1989.

۲٦ Growth rates for Four Tigers except Taiwan, from *The World Bank Atlas 1988;* Taiwan, from Taiwan desk, Commerce Dept.

۲۷ Hong Kong, Greece, and Portugal GDPs from country desks, Commerce Dept.

۲۸ The *Wall Street Journal*'s report "Riding the Golden Dragon," September 25, 1988, also describes Hong Kong's futures market and stock exchange.

۲۹ Hong Kong as China's first trading partner, from "A Restored Entrepot," *Financial Times,* June 23, 1988.

۳۰ Hong Kong's position in foreign investment and projects, from "Wealth in the Chinese Hinterland," *Financial Times,* June 25, 1988.

۳۱ China-Hong Kong relationship in investment and trade, from the *Economist* (August 27, 1988), p. 63.

۳۲ Diplomat's quote, from "Hong Kong Sees China Gold," Boston *Globe,* December 13, 1987.

۳۳ Hong Kong industries, investment, and employment in Guangdong, from "Wealth in the Hinterland," *Financial Times,* June 23, 1988.

۳٤ T. W. Wong's quote appeared in "Hong Kong's special charms," San Diego *Union,* June 28, 1987.

۳۵ Stephen Cheong's quote from *INC.,* (January 1987), p. 23.

۳٦ Per Capita GNP for 1965, from the *Economist* (June 20, 1987); for 1988, from *Foreign Economic Trends, Korea* June 1989. South Korea, Denmark, Austrian economies from country desks, Commerce Dept.

۳۷ South Korea's exports, from Korean Economic Institute. Percent-age to the United States, from Office of Pacific Basin, Commerce Dept.

۳۸ Increases in industrial production from the *Economist* (June 20,

1987), p. 9. Increases in exports from *Business Week* (September 5, 1988), p. 44.

۳۹ Korean Development Institute projection, from *Trendscape* (Summer–Fall 1987), p. 50.

۴۰ Fairness of income distribution, cited in *Business Week* (September 5, 1988), p. 44.

۴۱ *Tokyo Business Today* quote, from March 1988 issue, p. 18.

۴۲ Automobile figures: South Korea in top five by 2000, from "International," Miami *Herald Tribune*, November 1, 1987; ranking of automakers, from Motor Vehicle Manufacturers Association, Washington, D.C.; autos produced and exported, from "South Korea," *Economist* (May 21, 1988); 1993 goals, reported in *Business Week* (September 5, 1988), p. 44.

۴۳ Private R&D funds, from "South Korea," the *Economist* (May 21, 1988). Semiconductor investment, from *Business Week* (September 5, 1988), p. 44.

۴۴ Electronics production and exports, from *Foreign Economic Trends, Korea* (October 1988).

۴۵ Institute of Electronics Technology prediction, from "Low Labor Costs Give an Edge," Boston *Globe*, February 16, 1986.

۴۶ One third high tech exports, from "S. Korea Sees Future in High-Tech," San Diego *Union*, December 22, 1986.

۴۷ Kim Young Soo quote, from " 'Technology Is Our Survival,' " San Jose *Mercury-News*, December 13, 1987.

۴۸ Hsieh Shih-hui's prediction is reported in *Trendscape* (Summer–Fall 1987), p. 67.

۴۹ Wages and productivity gains for 1986, reported in *Tokyo Business Today* (March 1988), p. 18; average hours and wage increases, from *Fortune* (August 15, 1988), p. 75.

۵۰ GNP spent on defense by South Korea and the United States, from *Fortune* (August 15, 1988), p. 75; by Japan, from Embassy of Japan, Washington, D.C.

۵۱ Ji Byung-Moon's quote appeared in *Business Week* (September 5, 1988), p. 44.

۵۲ Growth rate in Singapore, from the General Analysis and Policy Division of the United Nations.

۵۳ Singapore's savings rate, from *The Economic Survey of Singapore, 1988*, p. 8, provided by Singapore Economic Development Board, Washington, D.C.

۵۴ Singapore's 1978 per capita income, from *Fortune* (March 28, 1988), p. 126; 1988 income from the Singapore Economic Development Board.

۵۵ Per capita 1988 GNP, from *Economic Trends Report, Singapore* (June 1988), Commerce Dept.

۵۶ Gary Fowler quote, from "Singapore's Business of Building Homes for Business," *Christian Science Monitor,* October 13, 1987.

۵۷ Peng Yuan Hwang quote, in *World Press Review* (June 1985), p. 82.

۵۸ The number of U.S. multinational companies in Singapore, from Office of Pacific Basin, Commerce Dept.

۵۹ Apple Computers in Singapore, from *Fortune* (March 28, 1988), p. 126. Disk drives imported to United States from "Asian Nation's Economy," *Christian Science Monitor,* August 25, 1989.

۶۰ The quote by Eddie Foo and description of Singatronics are reported by Joel Kotkin and Yoriko Kishimoto in *INC.* (January 1987), p. 23.

۶۱ Vincent Yip is quoted in *High Technology* (November 1986), p. 33.

۶۲ Per capita GDP, from *Foreign Economic Trends, Taiwan* (March 1989). Per capita GDP of Greece and Portugal, from country desks, Commerce Dept.

۶۳ Trade figures for 1988: Taiwan, from *Foreign Economic Trends, Taiwan* (March 1989); South Korea, Sweden, from country desks, Commerce Dept.

۶۴ Taiwan's 1981 trade surplus, from "Taiwan," *Economist* (March 5, 1988); in 1988, from *Foreign Economic Trends, Taiwan* (March 1989).

۶۵ Taiwan's foreign exchange reserves, from "Taiwan," *Economist* (March 5, 1988); Japan's, from *Foreign Economic Trends, Japan* (October 1988).

۶۶ Taiwan trade with mainland, from *Economist* (April 23, 1988), p. 38.

۶۷ Decline of agriculture, from "Taiwan," *Economist* (March 5, 1988).

۶۸ Taiwan investment in the United States, reported in "Taiwanese Tentacles," *Christian Science Monitor,* March 9, 1988.

۶۹ Factories in Taiwan, from Coordination Council for North American Affairs, Washington, D.C.

۷۰ Jiao Zhou Road market, from "Farmers Reap Rewards," *Phildelphia Inquirer,* September 21, 1986..

۷۱ GNP growth rate in recent years, from China desk, Commerce Dept. GNP growth from 1978 to 1988, from China desk, Foreign Demographics, Bureau of the Census, Commerce Dept.

۷۲ Exports in 1986, from *FET, People's Republic of China* (August 1988); in 1988, from China desk, Commerce Dept. China as U.S. trade partner, from *Business America* (April 10, 1989), p. 30.

۷۳ Figures on businesses engaged in free enterprise, employing more than eight people, and jobs in the private sector, from *Far Eastern Economic Review* (August 24, 1989), p. 24.

۷۴ Factory-owner incomes, from *Business Week* (April 11, 1988), p. 70.

۷۵ Inflation in 1989, from *Economist* (September 19, 1989). Tourism earnings, reported in "Beijing's Economic Ills," *Wall Street Journal,* August 3, 1989.

۷۶ Beijing University freshmen class, from *Asiaweek* (September 8, 1989), p. 28.

۷۷ Guangdong exports and investment in 1987, from *Business Week* (April 11, 1988), p. 70; and "Guangdong: The 'Golden Goose,' " Washington *Post,* November 17, 1988.

۷۸ Wealth in Guangdong, from various sources, including "Guangdong: The 'Golden Goose,' " Washington *Post,* November 17, 1988; *Business Week* (October 10, 1988), p. 54; *Economist* (December 10, 1988). Thailand and Turkey, from country desks, Commerce Dept.

۷۹ Figure on incomes exceeding more than 10,000 yuan a year, from "Chinese Farms," *Christian Science Monitor,* August 6, 1987.

۸۰ Shishi and Xiamen, described in "Dispatches from a Chinese Frontier," *The New York Times,* August 15, 1989; "On China's Bustling Coast," *The New York Times,* August 6, 1989.

۸۱ The Washington *Post* article "Guangdong: The 'Golden Goose,' " appeared November 17, 1988.

۸۲ Shift from farming to industry, reported in "Chinese Leaders," *Christian Science Monitor,* September 8, 1987. Farmers in China, from "Family Farms," *San Jose Mercury News,* December 12, 1987. Increase in rural income, from "Chinese Farms," *Christian*

Scinece Monitor, August 6, 1987; and "China Surges Ahead," *Chicago Tribune,* November 27, 1988. Poverty in China, reported in "Gansu Province," Washington *Post,* November 18, 1988.

۸۳ Chen Yizi quote, from "China Dismisses Culture Minister," *International Herald Tribune,* September 5, 1989.

۸۴ Richard Nixon's comments, from "Don't Shut the Door," *The Sunday Times* (London), June 25, 1989.

۸۵ Japanese businesses returned, from "Japan Moving to Normalize China Ties," *Japan Economic Journal,* August 26, 1989.

۸۶ Anna Chennault, from *Asiaweek* (September 8, 1989, p. 30.

۸۷ The report is *Discriminate Deterrence,* Report of the Commission on Long-Term Strategy, January 1988. China's growth rate in recent years, from China desk, Commerce Dept.

۸۸ Deng Xiaoping remarks, from the *Economist* (August 13, 1988), p. 62.

۸۹ The Malaysia section is based largely on the survey "Malaysia," which appeared in the *Financial Times,* September 28, 1989; *Far Eastern Economic Review* (August 24, 1989), p. 54; and *Asiaweek* (September 8, 1989), p. 65.

۹۰ Thailand's growth rate and comparison, from the General Analysis and Policy Division of the United Nations.

۹۱ The *Asian Wall Street Journal* article is cited in "Thailand's Economy Shifting," *Christian Science Monitor,* June 24, 1988.

۹۲ Export earnings from commodities, in "Treading the Right Path," *Financial Times,* December 2, 1987; from manufactured goods in 1985 in "Industry over Agriculture," *Financial Times,* June 30, 1987. Export increase in 1988, from *Business America* (April 10, 1989), p. 33. Growth in manufactured exports, from "A Fifth 'Tiger,' " Seattle *Times,* November 13, 1988.

۹۳ Tourism, reported in *Foreign Economic Trends, Thailand* (December 1988).

۹۴ Percentage of farmers, from "Thailand's Economy Shifting," *Christian Science Monitor,* June 24, 1988.

۹۵ Urban versus rural population, from "Thailand," *Economist* (October 31, 1987).

۹۶ Per capita 1988 GNP, from *Business America* (April 10, 1989), p. 33.

۹۷ The quotes from Makoto Ikeda and Damri Darakananda and

description of Saha-Union, from *Fortune* (March 28, 1988), p. 126.

۹۸ Thailand as a developed country in ten years, reported in the *Economist* (June 25, 1988), p. 39.

۹۹ Factories and investment, from *Business America* (April 10, 1989), p. 33.

۱۰۰ Edward Chen's prediction appears in "Thailand's Economy Shifting," *Christian Science Monitor,* June 24, 1988.

۱۰۱ The *Economist*'s "Thailand," appears in the October 31, 1987, issue.

۱۰۲ The Sathirakul quote appears in the *Economist* (June 25, 1988), p. 39.

۱۰۳ Richard Holbrooke writes in *Newsweek* (October 17, 1988), p. 42.

۱۰۴ Investment in Australia, from Embassy of Australia.

۱۰۵ Asian-American college grads, from Joel Kotkin and Yoriko Kishimato, *The Third Century: America's Resurgence in the Asian Era* (New York: Crown, 1988), reported in *Business Week* (September 26, 1988), p. 16.

۱۰۶ Asian-American population, from Racial Statistics, Bureau of the Census, Commerce Dept.

۱۰۷ Incomes by nationality, from a U.S. Civil Rights Commission study, reported in the Washington *Post,* July 16, 1988.

۱۰۸ Students in school beyond legal age, from *Europe* (December 1986), p. 41, and *Economist* (April 30, 1988), p. 22.

۱۰۹ Percentage of science degrees from *Europe* (December 1986), p. 41.

۱۱۰ Japanese students and *juku,* from various sources, including "Japan and USA Trade School Secrets," *USA Today,* January 21, 1986; *Trendscape* (Winter 1986), p. 36; and "Experts Say U.S. Could Learn from Japan," San Diego *Union,* August 19, 1987.

۱۱۱ The Julia Ericksen quote appeared in *Time* (January 23, 1989), p. 57, which describes Japanese purchase of U.S. colleges.

۱۱۲ Percentage of Koreans in university, from "South Korea," *Economist* (May 21, 1988). Percentages by nationality who stay in secondary school, from "Creativity Replaces Learning," *Financial Times,* June 30, 1988.

۱۱۳ Koreans and Britons in higher education, from the *Economist*

(June 20, 1987), p. 9.

۱۱۴ Half are students or grads, from "South Korea," *Economist* (February 20, 1988).

۱۱۵ Comment by Ms. Pak from "Hyundai vs. Honda," *Christian Science Monitor,* March 16, 1987.

۱۱۶ The Daewoo recruitment need from *Business Week* (September 5, 1988), p. 44.

۱۱۷ Applied Science grads, from "South Korea," *Economist* (May 21, 1988). Engineers per capita, from a study by McKinsey & Company, reported in *Newsweek* (February 22, 1988), p. 42.

۱۱۸ Institute publication, as well as source for corporate universities, is *Korea's Economy* (December 1988), p. 16.

۱۱۹ Percentages that attend college in countries listed (except Korea and Taiwan), from *Europe* (December 1986), p. 41; Korea, from *Korea's Economy* (May 1988), p. 20; Taiwan, from "Creativity Replaces Learning," *Financial Times,* June 30, 1988.

۱۲۰ Taiwanese stay in school, from "Creativity Replaces Learning," *Financial Times,* June 30, 1988. University accommodations, in *High Technology* (November 1986), p. 24. Study abroad, from "Taiwan," *Economist,* March 5, 1988. Students sent to the United States, from *INC.* (September 1988), p. 71.

۱۲۱ Chinese students who return home, from the *Economist* (November 26, 1988), p. 36.

۱۲۲ Mount Edgecumbe's language and Pacific Rim programs and governor's goal, described in "Specifically Pacific Lessons," *Christian Science Monitor,* March 21, 1988.

۱۲۳ Washington's trade jobs, from "The Toshiba Case Is a Symbol," Seattle *Times,* February 28, 1988. John Anderson quote, from "Gardner Forms Alliance," Seattle *Times,* September 23, 1987.

۱۲۴ Bank of the Orient, from interview with bank official, May 5, 1989, and "California Bank Opens Full-Service Branch in China," Orlando *Sentinel,* August 19, 1987.

۱۲۵ Size and ranking of California's economy, from *The Facts,* a publication of the state's Department of Commerce, 1988. Prediction for 2000, from a California Department of Commerce advertisement in the *Economist* (March 26, 1988). California's GSP, from *California Republic,* a publication of the state's Department of Commerce, 1988. Growth rate, computed from

California Department of Finance and *California Republic* figures.

۱۲۶ California's high tech companies, from the *Economist* advertisement cited immediately above; biotech firms, from a California Department of Commerce advertisement in *Technology Review* (May–June 1988).

۱۲۷ Scientists and engineers, from *California Republic,* loc. cit.

۱۲۸ Japanese interests in California, from *Newsweek* (February 22, 1988), p. 42. It is also source for deposits in Los Angeles and New York City.

۱۲۹ S&Ls in California, from Office of Policy and Economic Research, Federal Home Loan Bank Board, Washington, D.C.

۱۳۰ California port trade and Pacific percentage, from California Economic Development Corporation, Sacramento, California.

۱۳۱ California trade with Japan, from World Trade Commission, Sacramento, California.

۱۳۲ Foreign investment through California, from *California Republic,* loc. cit.

۱۳۳ Percentages of trade through California ports, from *California Business* (November 1988), p. 26. Other California and New York port information from the California Association of Port Authorities and the New York Port Department.

۱۳۴ Populations and projections for 2000, from the Bureau of Economic Analysis, Commerce Dept.

۱۳۵ Norman Pfeiffer quote, from "Museum Mania," Los Angeles *Times,* May 23, 1986.

۱۳۶ Ronald Chase quote, from "Art and Money Go South," *The New York Times,* October 16, 1988.

۱۳۷ Description of work force, professions, economy, and trade jobs, from " 'Laid-Back' L.A.," Seattle *Times,* August 14, 1988.

۱۳۸ James Miscoll's quote and success of southern ports appeared in "Art and Money Go South," *The New York Times,* October 16, 1988.

۱۳۹ San Francisco's deputy mayor post and Mark Chandler quote, from interview with Mark Chandler, the Mayor's Office of Business and Economic Development, May 5, 1989; additional information from "Art and Money Go South," *The New York Times,* October 16, 1988.

۱۴۰ Tom Brown writes in " 'Laid-Back' L.A.," Seattle *Times,* Au-

gust 14, 1988.

۱٤۱ Description of Asian neighborhoods and restaurant figures, from "Capital of the Rim," Seattle *Times,* August 14, 1988.

۱٤۲ California's population in 2000, from *California Republic,* loc. cit.

۱٤۳ The Carol Jones quote, from *Business Week* (July 21, 1986), p. 95.

۱٤٤ Description of Seattle's garment business, from interview with Ed Backholm, Seattle Pacific Industries, May 3, 1989; *Business Week* (July 21, 1986), p. 95; and "The World's Love Affair with Jeans," Seattle *Times,* November 29, 1987.

۱٤۵ Sony center, from "Rim in Review," Seattle *Times,* August 14, 1988.

۱٤٦ East Asian Studies program description and John Haley quote, from "Top Program vs. Bottom Line," Seattle *Times,* November 13, 1988.

۱٤۷ Japan's capital export, from an interview with Bob Harlow of the U.S. Department of Treasury, September 14, 1989, and from "Japanese Investing in Canada," Los Angeles *Times,* May 15, 1987.

۱٤۸ Primacy of deutsche mark and U.S. dollar, reported in *Fortune* (December 5, 1988), p. 155.

۱٤۹ The John Ni quote, Taiwan's ban on Japanese cars, and K. Y. Lee comment, from *Fortune* (December 5, 1988), p. 177.

۱۵۰ Buy American policy in Taiwan, from Taiwan desk officer, Commerce Dept.

۱۵۱ Singapore exports from U.S.-owned firms, reported in *Fortune* (March 28, 1988), p. 126.

۱۵۲ New consumers by 2000 in Europe and Pacific countries, computed with figures from *World Population Profile: 1987,* WP-87, Bureau of the Census, Commerce Dept., December 1987.

۱۵۳ U.S. investment in Europe versus Japan, from a Booz Allen & Hamilton Inc., study, reported in "Foreign Firms Thrive in Japan," *Wall Street Journal,* September 29, 1987.

۱۵٤ Population projections for Europe and Asia, derived from *World Population Profile: 1987,* loc. cit.

۱۵۵ The Reymond Voutier quote appeared in "Asian Trade Center," San Jose *Mercury-News,* August 29, 1988.

۱۵٦ Hyundai store description, from *Business Week* (September 5,

1988), p. 44.

۱۵۷ Japan's 1988 GNP growth rate, from Embassy of Japan.

۱۵۸ U.S. 1988 export increases, reported in *Business America* (April 10, 1989), p. 29.

۱۵۹ Heinz french fries, imports from United States, and mineral water sales, from *American Demographics* (May 1988), p. 56.

۱۶۰ Foreign wines in Japan, from *Business Week* (August 15, 1988), p. 57; and "Japan Soars Along with Yen," *International Herald Tribune,* November 28, 1988.

۱۶۱ Orders for U.S. Census Bureau study, described in "America's Asian Destiny," Washington *Post,* July 3, 1988. China's imports from Japan and the United States reported by the Chinese Embassy.

۱۶۲ Asiontrade Center description and L. Fargo Wells comment appeared in "Asian Trade Center," San Jose *Mercury-News,* August 29, 1988.

۱۶۳ Trading companies in Japan, U.S. products sold there, and Maureen Smith quote, from *Nation's Business* (November 1988), p. 85.

۱۶۴ Schick market share and Imatron information, from *Nation's Business* (November 1988), p. 85. Additional Imatron data, from company.

۱۶۵ Coca-Cola and Polaroid market shares, reported in *U.S. News & World Report* (December 15, 1988), p. 93.

۱۶۶ Japanese tourists, in "Banff Is Learning Japanese," Seattle *Times,* November 17, 1987.

۱۶۷ Decrease in U.S. exports to Europe and increase to Japan (1980–1986), from "America's Asian Destiny," by Joel Kotkin and Yoriko Kishimoto, Washington *Post,* July 3, 1988. Increase in sales after 1986 from country desks, Commerce Dept.

۱۶۸ U.S. 1988 exports to Japan, West Germany ($14.3 billion), France ($10.1 billion), and Italy ($6.86 billion), from country desks, Commerce Dept.

۱۶۹ U.S. agricultural sales, from "U.S. Farm Sales to Japan," *Asian Wall Street Journal,* March 27, 1989.

۱۷۰ Kenichi Ohmae's calculations are reported in *Financial World* (February 23, 1989), p. 28.

۱۷۱ Rise of U.S. exports to Tigers from the *Economist* (July 30, 1988). p. 14

۱۷۲ U.S.-Taiwan trade, from various sources, including *U.S. Trade with Key East Asian and Pacific Countries 1986, February 1988,* Fact Sheet, and *1987, April 1989,* Fact Sheet, Office of Pacific Basin, Commerce Dept.; *Fortune* (December 5, 1988), p. 177; Motor Vehicle Manufacturers Association, Washington, D.C.; and Taiwan desk, Commerce Dept.

۱۷۳ U.S. trade with South Korea, from the *Economist* (July 30, 1988), p. 13, and the Commerce Dept. fact sheets listed directly above.

۱۷۴ U.S. export increases, reported in *Business America* (April 10, 1989), p. 30.

۱۷۵ The survey is *JETRO's 1988 Survey of Japanese-Affiliated Manufacturing Plants in the United States,* Japanese External Trade Organization, New York, December 1988.

۱۷۶ Taiwanese ventures in United States, from *Business Week* (January 11, 1988), p. 56.

۱۷۷ Americans in Japanese companies and Japanese in U.S. companies, from advertising section prepared in cooperation with the Japan Chamber of Commerce, "The U.S. and Japan," *U.S. News & World Report* (December 26, 1988–January 2, 1989).

۱۷۸ Prediction of new American jobs created by Japanese, reported in *Newsweek* (February 2, 1987), p. 42.

۱۷۹ U.S. states with offices in Japan, as of May 1989, from the National Governors Association, Washington, D.C.

۱۸۰ U.S. municipal bonds underwritten by Japanese banks, from "Japan Pulls More Strings," Seattle *Times,* May 14, 1987.

۱۸۱ Japan's investment in U.S. companies, reported in "U.S. Had a Plan to Compete," *International Herald Tribune,* November 29, 1988.

۱۸۲ Robert Ingersoll quote, from *Business Week* (July 11, 1988), p. 64.

۱۸۳ Chairs endowed, research spending by Japanese companies, Patricia Steinhoff quote, and honorary doctorates, from *Business Week* (July 11, 1988), p. 64.

۱۸۴ The Japan Center for International Exchange is in New York City. University of Arizona at Tucson, from interview with Dr. Dallas, head of Radiology Research Division, October 5, 1989. Georgia Institute of Technology, from interview with Dr. Tudor Thomas, principal research scientist, October 5, 1989.

۱۸۵ Paragraph on Japan's influence in the Pacific, based on data from *Europe* (May 1986), p. 30; "World Economic Power Is Shifting," *Financial Times*, June 30, 1988; "Japan Goes Past U.S. in Aid," *Christian Science Monitor*, January 13, 1988; "Once Shunned, Japan Is Again a Giant," Washington *Post*, October 14, 1988; and *Business Week* (April 10, 1989), p. 32.

۱۸۶ Japanese investment in Asia Pacific, from "World Economic Power Is Shifting," *Financial Times*, June 30, 1988. Sony's decentralized production, from *Fortune* (March 28, 1988), p. 6.

۱۸۷ Investment in Thailand, from various sources, including "Once Shunned, Japan Is Again a Giant," Washington *Post*, October 14, 1988; "Asia Aims for More Self-Reliance," *International Herald Tribune*, September 26, 1988; and *Fortune* (March 28, 1988), p. 6.

۱۸۸ *Business Week* quote appeared in the April 10, 1989, issue, p. 42.

۱۸۹ Foreign students in Japan today, from the Japanese Embassy, and in 2000, from *Trendscape* (Spring 1987), p. 6.

۱۹۰ Students in United States from China and Hong Kong, and in California alone, from Institute of International Education, New York City. Percentage of students in United States from East Asia, in *Department of State Bulletin* (April 1989), p. 33. Number of Japanese in U.S. high schools (1988), from *Foreign Affairs* (Spring 1989), p. 3.

۱۹۱ The *Economist* quote appeared in the July 30, 1988, issue, p. 13.

۷. دهۀ ۱۹۹۰: دهۀ رهبری زنان

۱ Increase of 200 percent in women workers, from *American Demographics* (September 1986), p. 25.

۲ Percentages of working: men and women, from *Monthly Labor Review* (March 1988), p. 6.

۳ *Working Woman* circulation numbers, from "Editor's Notes," September 1988 issue.

۴ Women starting businesses at twice the rate of men, from U.S. Small Business Administration. Women-owned businesses in foreign countries, from *Economist*, March 14, 1987, p. 61.

۵ John Kotter is quoted in *Nation's Business* (October 1988), p. 67.

۶ Russell Palmer's quote appears in *Fortune* (October 24, 1988),

p. 66.

۷ Figures on college-educated women in 1965 from *American Demographics* (September 1986), p. 27. Today's figures from *Current Population Survey,* unpublished data, Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor.

۸ Peter Drucker quote, from interview, June 27, 1989.

۹ Data on education of work force, from *Monthly Labor Review* (January 1988), p. 3.

۱۰ Drucker quote, from interview, June 27, 1989.

۱۱ Mark Sussman quote and loyalty survey, "The Demise of Corporate Loyalties," cited in New York *Newsday,* September 28, 1987.

۱۲ *Success* magazine survey, from June 1987 issue, pp. 49–53.

۱۳ "Better leadership," cited in telephone survey by Corporate Issues Monitor, from "The Demise of Corporate Loyalties," loc. cit.

۱۴ Michael Maccoby's *Why Work?, The Gamesman* (1977), and *The Leader* (1981), all published by Simon & Schuster.

۱۵ T. Stephen Long quote, from *Nation's Business* (March 1988), p. 23.

۱۶ Percentages of women physicians, lawyers, and architects, from various *Current Population Surveys,* Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor.

۱۷ Women in finance, from "ABA Data Shows Women Continue Gains," American Bankers Association press release, August 28, 1989. Percentages of women accountants, from various *Current Population Surveys,* loc. cit.

۱۸ Women in manufacturing, from various current *Current Population Surveys,* loc. cit.

۱۹ Percentages of women at Procter & Gamble, Arthur Andersen, Gannett Company, from *Fortune* (August 3, 1987), p. 78. At Gannett, from "Companies Breaking Glass Ceiling," the Washington *Post,* March 8, 1988.

۲۰ The Heidrick & Struggles survey is *Corporate Woman,* 1986.

۲۱ Percentages of women earning MBAs, from *Degrees and Other Formal Awards Conferred,* National Center for Education Statistics, U.S. Department of Education, various years; 1987 figures from preliminary data. Percentages of women physicians and lawyers, from *Current Population Surveys,* loc. cit.

۲۲ Women law and medical school graduates, from *Degrees and Other Formal Awards Conferred,* loc. cit.

۲۳ Apple Computer percentages and quotes from Jennings, Swersky, and Laurie, from *Fortune* (August 3, 1987), p. 78.

۲۴ NAWBO figures from NAWBO press release, July 26, 1988.

۲۵ Lou Harris-Steelcase poll cited is *The Office Environment Index 1988,* detailed findings, p. 11.

۲۶ Jan Carlzon's *Moments of Truth* is published by Ballinger Publishing Co. (New York: 1987). SAS financial data from "SAS's Nice Guy," *Wall Street Journal,* March 2, 1989.

۲۷ Everett Suters, "Show and Tell," *Inc.* (April 1987), p. 111.

۲۸ Terry Armstrong is quoted in "Coaching the Corporation," Orlando *Sentinel,* October 25, 1987.

۲۹ Domino's Pizza and Jeff De Graff quote, from "When Are Employees Not Employees?," *Wall Street Journal,* November 9, 1988.

۳۰ Averitt Express and Garry Sasser quote, from "The 21st Century Executive," *U.S. News & World Report* (March 19, 1988), p. 51.

۳۱ Information on Motorola's training initiative, from *Assessment of Immediate Training Needs of America's Workforce,* testimony before the Senate Subcommittee on Investments, Jobs, and Prices of the Joint Economics Committee, March 12, 1988, and from *Fortune* (June 8, 1987), p. 87.

۳۲ Data on Metal Forming & Coining, from "Companies Education Investment Pays," *Wall Street Journal,* October 26, 1987.

۳۳ Robert Wright quote, from *Nation's Business* (March 1988), p. 19.

۳۴ J. William Grimes quote, from *Success* (June 1988), p. 37.

۳۵ Michael Cooper comments from *INC.* (November 1987), p. 23.

۳۶ Mike Shore is quoted in "IBM Sets Flexible Work Rules," Washington *Post,* October 19, 1988.

۳۷ Estimates of new job creation and decrease in labor supply, from various *Current Population Surveys,* loc. cit.

۳۸ Estimates on early retirees and nonworking mothers who might re-join labor force, from *Across the Board* (January–February 1989), p. 25.

۳۹ Quote from Art Strohmer, from "Wooing Workers in the 90's,"

The New York Times, July 20, 1988.

۴۰ Percentage of working women in child-bearing years compiled from statistics, in *Employment and Earnings,* U.S. Department of Labor, 1989.

۴۱ Increase in companies providing day care, number of on-site facilities, and information about Dominion Bankshares Corporation and Nyloncraft, reported in "It May Be the Benefit of the 90's," *USA Today,* September 21, 1988.

۴۲ The Survey of Employer-Provided Child Care Benefits was reported in *Monthly Labor Review* (September 1988), p. 42.

۴۳ Public schools as day-care providers and Bill Ewing quote, from *U.S. News & World Report* (December 5, 1988), p. 73.

۴۴ One third of adults involved in eldercare and 1,500 adult centers, from *U.S. News & World Report* (September 12, 1988), p. 73. Percentage of female caregivers, from a survey by the American Association of Retired Persons, reported in "Caring for Your Parents," *Money* (October 1989), p. 136.

۴۵ The Transamerica survey was reported in "The Sandwiched," Los Angeles *Times,* May 15, 1988.

۴۶ Figures on adult day-care centers and people cared for, from *U.S. News & World Reports,* September 12, 1988. Number of corporate-sponsored centers, from a National Council on the

۴۷ Aging figure cited in "Caring for Your Parents," *Money,* October 1989, p. 136.

۴۸ Stride Rite information from interview with company spokesperson, September 28, 1989.

۴۹ Mike Shore quote, from "IBM Sets Flexible Work Rules,"

۵۰ Washington *Post,* October 19, 1988.
Catalyst study from *Across the Board* (July–August 1988), p. 34.

۵۱ Colgate-Palmolive and Aetna leave policies are cited in "Labor Letter," *Wall Street Journal,* July 19, 1988.

۵۲ Merck policy, from *Work & Family Life Support Activities,* Merck & Company, August 1988.

۵۳ Diane Dalinsky and J. Douglas Phillips, quoted in "Wooing Workers in the 90's," *The New York Times,* July 20, 1988.

۵۴ Part-time work force in countries listed and U.S. estimates in *Business Week* (November 28, 1988), p. 20.
Job-sharing in *U.S. News & World Report* (November 14, 1988), p. 74.

۵۵ Lechmere's new approach to part-time work from *Fortune* (February 13, 1989), p. 62.

۵۶ The Korn/Ferry University of California study is cited in *Working Women* (October 1986), p. 107.

۵۷ Regina Herzlinger writes in "Dancing on the Glass Ceiling," *Wall Street Journal,* February 17, 1988.

۵۸ Jan Carlzon's international plans are discussed in *Business Week* (October 17, 1988), p. 31.

۵۹ Thomas Horton, quoted in the "Swedish Management Revolution," *Christian Science Monitor,* February 7, 1989.

۶۰ The Body Shop is described in *Continental Profile* (September, 1988), p. 28, and *New Age Journal,* (May–June 1989), p. 52.

۶۱ Middlesex Truck, from interview with Brian Maloney, CEO, July 31, 1989, and *Business Age* (July–August 1987), p. 42.

۶۲ Abraham Krasnoff's business, described in *U.S. News & World Report* (March 7, 1988), p. 52.

۶۳ General Electric and Motorola examples, cited in *Fortune* (February 13, 1989), p. 54, as is the McKinsey & Company model.

۶۴ Charles Exley is quoted in *High Technology* (May 1988), pp. 46–49.

۶۵ Labor force participation rates for Japanese women, from Japanese Embassy; numbers in management, cited in "Many Working Women in Japan," *The New York Times,* December 4, 1988.

۸. عصر زیست‌شناسی

۱ The Senator Gore quote is from "The Ethics of Genetic Engineering," *Christian Science Monitor,* September 25, 1986.

۲ The David Baltimore quotes are from "Setting the Record Straight on Biotechnology," *Technological Review* (October 1986).

۳ The Jesse Jaynes information and quotes are from "Biotechnology—Perfect Tomatoes and Supercows," *Christian Science Monitor,* June 1, 1988.

۴ William Hiatt and Alan Bennett are quoted in "Science vs. the Mushy Tomato," Los Angeles *Times,* August 19, 1988.

۵ The Richard Lester quote is from "Agriculture Biotechnology,"

The New York Times, November 8, 1987.

٦ The Richard Bock quote is from "A Real Gas of a Gene Could Put the Bite on Any Bad Apples," *Wall Street Journal,* September 1, 1988.

٧ The Tom St. John quote is from "Playing God in Your Basement," Washington *Post,* January 31, 1988.

٨ The Steen Willadsen quote is from "Better Farm Animals Duplicated by Cloning," *The New York Times,* February 17, 1988.

٩ The Katherine Gordon quote is from *The New York Times,* December 27, 1988.

١٠ The Lynn Klotz quote is from "Genetic Engineering," Washington *Post,* January 31, 1988.

١١ The Brian Seed quote is from "Genetic Engineering," Washington *Post,* January 31, 1988.

١٢ The Philip Leder quote is from "Gene Studies Emerging as Key Engine of Science," *The New York Times,* September 6, 1988.

١٣ The Kenneth Warren quote is from "Biotechnology Will Trigger the Revolution," *Financial Times,* April 13, 1988.

١٤ The Lynn Klotz quote is from "Genetic Engineering," Washington *Post,* January 31, 1988.

١٥ The Everett Rogers quote is from "Genetic Engineering," Washington *Post,* January 31, 1988.

١٦ The *Economist* quote is from "Tomorrow's Animals," August 15, 1987.

١٧ The Robert Haynes quote is from "Gene Studies Emerging as Key Engine of Science," *The New York Times,* September 6, 1988.

١٨ The Robert Jordan quote is from "States Spurring Investment in Biotechnology," *The New York Times,* February 20, 1988.

١٩ The *Economist* quote is from "The Genetic Alternative," April 30, 1988.

٢٠ The Wataru Yamaya quote is from "Japanese Now Target Another Field the U.S. Leads: Biotechnology," *Wall Street Journal,* December 17, 1987.

٢١ The Akiyoshi Wada quote is from the *Wall Street Journal,* December 12, 1987.

٢٢ The Neal First quote is from "Better Farm Animals Duplicated by Cloning," *The New York Times,* February 17, 1988.

٢٣ The Lyman Crittenden quote is from "Value Added Animals:

What Is on the Horizon," *Christian Science Monitor,* June 2, 1988.

۲٤ The Jeremy Rifkin quote is from "Jeremy Rifkin: Just Say No," *The New York Times Magazine* (October 16, 1988).

۲۵ The *Economist* quote is from "Battling Biofundamentalists," June 27, 1987.

۲٦ *The New York Times* quote is from "Gene Studies Emerging as Key Engine of Science," September 6, 1988.

۲۷ Philosophers employed by hospitals, the government, prisons, and business, from the *Economist* (April 26, 1986), p. 95.

۲۸ The Institute for the Advancement of Philosophy for Children is associated with Montclair College, Montclair, New Jersey.

۲۹ School districts requiring values education or character instruction, from Thomas Jefferson Research Center, Pasadena, California.

۳۰ Nathan Quinones quote from *Newsweek* (October 13, 1986), p. 92.

۳۱ Business ethics cources started during the 1970s, from the *Economist* (April 26, 1986), p. 95.

۳۲ Derek Bok's comments appear in the *Journal of Business Ethics* (November 6. 1987), p. 513.

۳۳ Patrick McCarthy quote, from "Gwinnett's Plan to Teach Morals," *Atlanta Journal,* December 18, 1986.

۳٤ Ethics in the classroom, from the Thomas Jefferson Research Center.

۳۵ Council on Ethical and Judicial Conduct declaration and Harvard Survey, reported in "Allowing the Terminally Ill to Die," Washington *Post*, January 26, 1988. States that allow living wills, from the Society for the Right to Die, New York City.

۳٦ David Larson and Brenda Winner quotes, from *Newsweek* (December 28, 1987), p. 62.

۳۷ Figure on children born to surrogate mothers, and states and surrogacy, from The Foundation on Economic Trends, Washington, D.C.

۳۸ Justice Wilentz's comments, reported in "Surrogate Deals for Mothers," *The New York Times,* February 4, 1988.

۹. تجدید حیات مذهبی در هزارهٔ سوم میلادی

۱ Reconstructivist Jews are described in "Reconstructionist Jews Turn to the Supernatural," *The New York Times,* February 9, 1989.

۲ Mormon membership and the charismatic movement are discussed later in the chapter.

۳ Youth for Christ, in *Christianity Today* (November 11, 1988), p. 42.

۴ Harvey Cox interview in *Publishers Weekly* (October 7, 1988), p. 96.

۵ Norman Cohn, *The Pursuit of the Millennium,* rev. exp. ed. (New York: Oxford University Press, 1970).

۶ The occurrence of the millennium concept in various religions is from Hillel Schwartz, "Millenarianism," *The Encyclopedia of Religion* (New York: Macmillan, 1987).

۷ Martin Marty's remarks appeared in *U.S. News & World Report* (December 29, 1986–January 5, 1987), p. 43.

۸ *The Power of Myth* was on *The New York Times* best-seller list for forty-seven weeks; *The Hero with a Thousand Faces* for ten weeks.

۹ The discussion on the church and feminism is based largely on "Feminism and the Churches," which appeared in *Newsweek* (February 13, 1989), p. 58.

۱۰ Membership figures cited are based on an interview with Constant H. Jacquet, Jr., of the National Council of Churches of Christ in the United States, January 6, 1988, and the *Yearbook of American & Canadian Churches 1988,* (Nashville: Abingdon Press, 1988).

۱۱ The *Official Catholic Directory* numbers were reported in "Good, Bad News in Catholicism Numbers," Washington *Post,* July 16, 1988.

۱۲ Bishop Richard Wilke is quoted in "Protestant Denominations Seek Fervor, Flash," Detroit *Free Press,* May 21, 1986.

۱۳ Congregation growth is from an interview with Constant H. Jacquet, Jr., June 28, 1989.

۱۴ Geographic distribution of church and synagogue goers is re-

ported in the *Yearbook of American & Canadian Churches 1988,* loc. cit.

۱۵ Sources of surveys and polls cited on religion and spirituality as follows: The 1987 Gallup poll is *Religion in America,* April 1987, Report No. 259; 69 percent and 49 percent of baby boomers are from a survey by the Center for the Vietnam Generation described in "Theme for the 90's: A Rebirth of Faith," *The New York Times,* December 31, 1988; the *USA Today* poll appears in "We Search for 'Spiritual Well-being,' " *USA Today,* September 3, 1987.

۱۶ The 1988 Gallup poll *The Unchurched American . . . 10 Years Later* was published by the Princeton Religion Research Center.

۱۷ George Gallup is quoted in "Fewer Adults Go to Church, Poll Finds," Washington *Post,* July 16, 1988.

۱۸ Description of Congress 88 is from various sources, including "Fewer Adults Go to Church," Washington *Post,* July 16, 1988, and "Poll Finds Believers on Rise," Chicago *Tribune,* August 5, 1988.

۱۹ Estimate of new religious groups formed between 1987 and 1989, from interview with Dr. J. Gordon Melton, February 10, 1988.

۲۰ *The Encyclopedia of American Religious Second Supplement* (Detroit: Gale Research Co., 1979).

۲۱ Followers of Islam from "Islam: At the Heart," *USA Today,* August 31, 1989.

۲۲ The *Rocky Mountain News* article "From Mecca to the West" appeared February 26, 1989.

۲۳ Japanese Buddhist sects and the number of Hindu temples are from *Christianity Today* (February 19, 1988), p. 15.

۲۴ Diane Eck is quoted in "From Wichita to the World, a Vision," *The New York Times,* November 2, 1988.

۲۵ Il Sik Sam Choe quoted in *Christianity Today* (March 3, 1989), p. 56.

۲۶ The study by the Center for Social and Religious Research, directed by Dr. David Roozen, is described in "More Attend Church from 'Baby Boom' Age," *The Telegraph,* (London), November 22, 1986.

۲۷ The Jewish renaissance in the San Francisco area from "On West Coast, a Newly Vital Judaism," *The New York Times,* May 18, 1988.

۲۸ Sunday school attendance in Seattle churches is from "Return to the Fold," Seattle *Times*/Seattle *Post-Intelligencer,* April 3, 1988.

۲۹ The religious education percentage is from the 1988 Gallup poll *The Unchurched American . . . 10 Years Later,* loc. cit.

۳۰ Americans who describe themselves as "born-again," from *Religion in America,* loc. cit.

۳۱ Southern Baptist membership, from the Southern Baptist Convention in Nashville, Tennessee.

۳۲ Evangelical church gains, reported in *America* (September 27, 1986), p. 142. Evangelical percentage gains and mainline losses, from *U.S. News & World Report* (December 19, 1988), p. 53.

۳۳ Jehovah's Witnesses, Seventh-day Adventists, and Assemblies of God membership numbers are from the *Yearbook of American & Canadian Churches 1988,* loc. cit.

۳٤ The number of Pentecostals globally is from David Barrett, *World Christian Encyclopedia,* reported in *Christianity Today* (October 16, 1987), p. 16. The numbers of Church of God in Christ and Assemblies of God Pentecostals appear in the same article. The number of charismatics globally is from David Barrett, in *Christianity Today* (September 4, 1987), p. 44.

۳۵ Mormon membership in 1940 is from the *Yearbook of American & Canadian Churches 1988,* loc. cit. Other numbers and projections, except 1987 membership increase, are from "Mormon Church Grows," Miami *Herald,* March 6, 1987. The 1987 membership increase was reported in "Mormon Membership Rises," Washington *Post,* April 16, 1988.

۳٦ Bold New Growth Mississippi is described in "Mississippi Baptists," Jackson, Mississippi, *Clarion-Ledger,* October 3, 1987.

۳۷ The *America* article appeared in the April 11, 1987, issue, p. 297.

۳۸ The *Humanist* article from the January–February 1986 issue, p. 11.

۳۹ Audience numbers: Swaggart, from "Swaggart Calls Himself 'Holy Ghost Preacher,'" Houston *Chronicle,* August 17, 1987; PTL, from *Business Week* (January 1, 1988), p. 32; Falwell, from *Christianity Today* (March 18, 1988), p. 36; Schuller, from interview with a Crystal Cathedral spokesperson.

٤۰ The 1987 Gallup Poll is *Religion in America,* loc. cit.

٤۱ Arbitron ratings, in *Christianity Today* (February 3, 1989), p. 32.

۴۲ Percentage of New Agers in the United States is from *U.S. News & World Report* (February 9, 1987), p. 69. Maryland Poll is reported in "Poll of New Age Beliefs," Washington *Post,* January 3, 1988.

۴۳ The Northwest Foundation and Ken Eyer quote, from "The 1980's Low-Dogma Approach," Seattle *Times*/Seattle *Post-Intelligencer,* January 18, 1987.

۴۴ Channels listed on this page are described in following sources: Pittman, in "The Great Leap of Consciousness," St. Petersburg *Times,* January 1, 1988; Pursel and Knight, from various sources, including *U.S. News & World Report* (February 9, 1987), p. 67, and *Christianity Today* (September 18, 1987), p. 22.

۴۵ Estimate of channels and quote, from interviews with Dr. J. Gordon Melton, February 10, 1988 and August 2, 1989.

۴۶ Estimate of channels in Los Angeles comes from an article in the September 18, 1987, issue of *Christianity Today,* p. 22.

۴۷ Ralph White is quoted in *Time* (December 7, 1987), p. 62.

۴۸ New Age ministries are described in "The Great Leap of Consciousness," St. Petersburg *Times,* January 1, 1988, and Rainbow Reflection Center is in "Through 'Channels' New Agers Are Now Turning into the Past," Miami *Herald,* August 31, 1987.

۴۹ The Open Center is described, and Walter Beebe is quoted, in "A Spirited Movement," *USA Today,* June 4, 1987.

۵۰ Description of Omega Institute, from interview, March 22, 1989.

۵۱ Description of the debate and Elizabeth Burrows quote are from "New Age vs. Orthodox Christianity," Seattle *Times*/Seattle *Post-Intelligencer,* January 23, 1987.

۵۲ Most recent Unity membership number and Eiffler quote, from interview with Edward Eiffler, February 9, 1988.

۵۳ Unity membership of six hundred and Puget Sound chapter membership, described in "The Coming of a New Age," Seattle *Times,* November 18, 1987.

۵۴ Description of national Unity Church, from interviews with Unity spokespeople, February 11, 1988, and March 27, 1989.

۵۵ Avery Fisher Hall's use as a Unity Church sanctuary is described in *Forbes* (June 1, 1987), p. 156.

۵۶ Ruth Montgomery, *Strangers Among Us* (New York: Ballantine,

1970), pp. 219–226.

۵۷ Hal Lindsey, *The Late Great Planet Earth,* (Grand Rapids, Mich.: Zondervan Publishing House, 1970). This quote appears in the January 1971 edition, p. 168.

۵۸ Hippolytus' prediction is recounted in Bernard McGinn, *Visions of the End, Apocalyptic Traditions in the Middle Ages* (New York: Columbia University Press, 1979), pp. 22, 23, 51.

۵۹ Sources for the dates when the millennium has been predicted are Cohn, op. cit. (1260, 1420, and 1533); "Seventh-Day Adventist," *The Encyclopedia of Religion* (1843, 1844, 1845, and 1847); and the *Dictionary of Religion* article on Charles Taze Russell (1914).

۶۰ Abbot of Fleury's writings from McGinn, op. cit., pp. 89–90.

۶۱ The description of events around the year 1000, the new Roman Empire, and its founder's vision are based on Oscar Halecki, *The Millennium of Europe* (South Bend, Ind.: University of Notre Dame Press, 1963). The direct quote is from p. 128.

۶۲ Christianity in the Soviet Union is written about in *Christianity Today* (September 2, 1988), p. 42, (September 16, 1988), p. 17, and (February 19, 1988), p. 56, and in "Moscow Marks Christian Millennium," Washington *Post,* June 6, 1988.

۶۳ The *American Demographics* article appeared in August 1988, p. 28.

۶۴ Numbers of charismatic Catholics, from the National Charismatic Renewal Center, South Bend, Indiana.

۶۵ *Miracle in Darien* was written by Bob Slosser, a member of St. Paul's congregation in Darien, Connecticut, and published by Logos International, in Plainfield, New Jersey.

۶۶ Description of Truro Episcopal Church, interview with Dan Derrick, administrator, Truro Episcopal Church, March 27, 1989.

۶۷ Description of Faith Alive, interview with Roberta Gibbs, administrative director, Faith Alive, February 10, 1988.

۶۸ Reverend Ben Armstrong is quoted in "Interfaith TV Channel," Louisville *Courier-Journal,* January 30, 1987.

۶۹ Mother Mary Angelica is quoted in "Mother Knows Best," Philadelphia *Inquirer,* May 19, 1987, which also describes EWTN. Additional information from interview with Dee Park, EWTN, March 22, 1989.

۷۰ Jack Sims is quoted in *American Demographics* (August 1988), p. 28, which also describes his philosophy and is the source for the *American Demographics* quote.

۷۱ Willow Creek Community Church is described in and Bill Hybels is quoted in *Time* (March 6, 1989), p. 60.

۷۲ Norman Whan is written about in "Churches Turn to Telemarketing," Washington *Post,* February 13, 1988. Additional information from interviews with Norman Whan on April 3, 1989, August 3, 1989, and September 8, 1989.

۷۳ Dr. Wagner's comments and quote are from the same Washington *Post* article.

۷۴ Jack Sims is quoted in *American Demographics* (August 1988), p. 28.

۷۵ The Christian Booksellers Association numbers are from interview with Robert Brenner, director of member services, March 29, 1989, and "Christian Booksellers Face New Challenges," *Rocky Mountain News,* July 9, 1989.

۷۶ Sacred Melody Center is described in the August 1988 issue of *American Demographics,* p. 28.

۷۷ Sales of Hanna-Barbera videos, from *Success* (April 1989), p. 80.

۷۸ Edward Thomas and Bill Marr are quoted in "Churches in Demand and Supply," Orlando *Sentinel,* December 28, 1986, which also describes the building boom.

۷۹ First Baptist Church of Christ of Orlando and Calvary Assembly are described in "Church of the Future a Reality Now," Orlando *Sentinel,* April 13, 1987.

۸۰ Jay Ogilvy of the Esalen Institute estimate of New Agers in the September 1988 issue of *American Demographics,* p. 34.

۸۱ *New Age Journal* readers' profile, from advertisement in *New Age Marketing Opportunities* described in note, p. 266 herein. John Garrett quote, and numbers from the National Opinion Research Council of the University of Chicago are found in *American Demographics* (September 1988), p. 34.

۸۲ *New Age Journal* description is from the magazine's February 1988 issue, p. 50, and circulation figures from interview with Joseph Kottler, advertising director, March 27, 1989.

۸۳ The *National New Age Yellow Pages* was published by Highgate House, Publishers, Fullerton, California, in 1988. It was described in "How to Find a Psychic," *The New York Times,*

October 9, 1988.

۸۴ *New Age Marketing Opportunities* (Sedona, Ariz.: First Edition, 1988).

۸۵ New Age books at Bodhi Tree, from interview with spokesperson, March 24, 1989.

۸۶ Bantam Books is described in *U.S. News & World Report* (February 9, 1987), p. 68.

۸۷ The New Age Publishing and Retailing Alliance and the number of New Age bookstores, from interview with Marilyn McGuire, executive director of New Age Publishing and Retailing Alliance, March 27, 1989.

۸۸ Ingram Book Company titles and sales are described in "As New Age Books Prosper," *Wall Street Journal,* March 10, 1988.

۸۹ Sales figures of New Age titles, records, audio and videotapes are from *ADWEEK Special Report* (August 1, 1988), p. M.R.C.4.

۹۰ The section on "A New Age for Corporations?" is based on *Newsweek* (May 4, 1987), p. 38; "Spiritual Concepts Drawing a Different Breed of Adherent," *The New York Times,* December 6, 1986; and an interview with Michael Ray, May 24, 1989.

۹۱ Harvey Cox is quoted in *Publishers Weekly* (October 7, 1988), p. 96.

۹۲ The discussion of the "Ideal of Progress" is based largely on its treatment in I. F. Clarke, *The Pattern of Expectation 1644–2001,* (New York: Basic Books, Inc., 1979).

۹۳ Daniel Bell is quoted in "A Political Philosopher Ruminates on Society and Its Contradictions," *The New York Times,* February 7, 1989.

۹۴ Dystopic films and literature, described in Clarke, op. cit.

۱۰. پیروزی فرد

۱ The BDO Seidman study, export figures, and small businesses exporting examples are described in "Export Davids Sling Some Shots at Trade Gap Goliath," *Wall Street Journal,* March 8, 1989.

۲ Figures on Americans who voted for President in 1988, 1984, and 1968, from *Voting and Registration in the Election of November 1988 (Advance Report),* Current Population Reports, Series P-20, No. 435, February 1989, Bureau of the Census, U.S. De-

partment of Commerce.

۳ Burdett Loomis's book (New York: Basic Books, 1988) was reviewed in the *Wall Street Journal,* January 26, 1989.

۴ The George Gilder quotes are from *An American Vision* (Washington, D.C.: (Cato Institute, 1989), pp. 349, 354.

۵ The Bill McCue quote appears in "Fax Lowers the Cost of Business," *Rocky Mountain News,* February 21, 1989.

۶ Figures on fax machines and documents, from various sources, including "Fax Machine," *USA Today,* June 2, 1989.

۷ John P. Eberhard describes what he calls "The Eight Great," in "Building the City of Tomorrow," Washington *Post,* June 26, 1988.

۸ Jack Lessinger's comments, migration quote, and Penturbia description, from *Snow Country* (February 1989), p. 68, and *Mother Earth News* (March–April 1988), p. 68. Professor Lessinger is the author of *Regions of Opportunity* (New York: Times Books, 1986).

۹ The Thomas Miller quote and Center for Future Research projections are from *American Demographics* (December 1988), p. 31.

۱۰ City population projections in 2000 and 1950 figures, from *Estimates and Projections of Urban, Rural and City Populations, 1950–2025; 1982 Assessment* (New York: United Nations, 1985). New York City will be the largest consolidated metropolitan area, but Los Angeles will be the largest metropolitan area, as cited in the Pacific Rim chapter.

نتیجه

۱ The T. George Harris quote appears in the February 1987 issue of *Fitness in Business,* p. 141.